اتجاهات القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية بالراديو والتليفزيون المصري نحو تجديد الخطاب الديني دراسة ميدانية

إعداد

دكتور محمد عبد البديع السيد

قسم الإعلام – كلية الآداب – جامعة بنها

المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، العدد الثلاثون ،

ابريل – يونيه ٢٠٠٨ م .

مقدمة

نعيش فى عالم متغير تتسارع خطاه فى شتى الاتجاهات وأن المرحلة التاريخية الراهنة حفلت بمتغيرات متعددة الأشكال والألوان مست جوانب الحياة العلمية والثقافية والفكرية والدينية وكان لها تأثيرها الملحوظ فى كثير من مضامين الأعمال الإنسانية فى شتى بقاع العالم بحيث لم يعد فى مقدور مجتمع من المجتمعات أن يعيش بعيدا عنها أو ينعزل فى دائرة محدودة من فكره وعاداته وتقاليده التى توارثها عبر الأجيال (١) .

وتدعو طبيعة الإنسان وفطرته إلى التجديد والتطوير، بل تعتبر عملية التجديد نسيج متلاحم للفكر الإنساني على اختلاف الأنساق الفكرية والعقدية، وهو شريان من شرايين البقاء في الحياة على صورة من العيش الكريم، ومعايشة التطور البشري بجميع أشكاله، وكل محاولة للتجديد لا بد لها من محركات فكرية وعقدية وثقافية وحضارية، تشكل الأساس الذي تتحرك منه، والقاعدة التي تسير عليها، وتعطي معرفة بأهداف هذا التجديد، والغرض من وراء تلك العملية التجديدية (٢) .

وقضيه تجديد الخطاب الديني قضيه قديمة متجددة دائما وزاد من حدتها عصر العولمة وسقوط الحدود بين الدول وانتصار النزعة الإنسانية والدعوة إلي حضارة إنسانية واحده تقوم بعمل مصالحه للإيديولوجيات المتعددة في إطار إنساني واحد، ومن أهم التوجهات المعاصرة إليه كإنسان وإعطاؤه كل حقوقه الدينية والاجتماعية بغض النظر عن انتماءاته (٣) . وتعد عملية تجديد الخطاب الديني عملية مستمرة وليست وقتية أو موسمية فالحياة متجددة باستمرار والمتغيرات من حولنا لا تكف عن الحركة ومن الطبيعي أن يكون الخطاب الديني مواكباً لظروف كل عصر ولما يدور فيه من متغيرات (٤) .

ولا تعد عملية تجديد الخطاب والإصلاح وليد الأحداث المتسارعة التي عصفت بالعالمين الإسلامي والغربي، وتعاظمت بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر ٢٠٠١ . ففي الحقيقة أن دعوات الإصلاح والتجديد انطلقت في القرن العشرين ، بيد أنها بقيت قاصرة على النخبة، ولم تتحول إلى عمل مؤسساتي واسع. ومع تسارع التحولات الحضارية ، أخذت بعض الحكومات في العالم العربي والإسلامي بالعمل على تبني تجديد الخطاب الذي ما لبث أن تحول بعد أحداث سبتمبر من مطلب داخلي إلى مطلب خارجي، وقرار سياسي. وبالتالي حاز على اهتمام كل الاتجاهات الفكرية والدينية وراحت تحاول إيجاد تفسير لظاهرة تحول الحديث عن الإرهاب، إلى حديث عن إصلاح العالم الإسلامي والعربي، وتحديث الخطاب الديني، وجدل الداخل والخارج أو الأنا والآخر وشرح مفهوم التجديد المطلوب (٥) .

ويعد الخطاب الديني في مصر من أقوي الخطابات المؤثرة في تحريك الجماهير إن لم يكن

أقواها ، واكتسب قوة غير عادية بعد نكسة ١٩٦٧ وحدث ما يسمي برد الفعل العكسي ضد الخطاب السياسي حيث حللت أسباب النكسة علي أساس أن الأمة قد ابتعدت عن الله والكتب المقدسة ، والي يومنا هذا لم يجب الخطاب الديني أي خطاب آخر رغم محاولات الخطاب السياسي والخطاب الثقافي والخطاب الفني تقديم البديل المقنع (٦) .
وقد تبنت قيادات حكومية في مصر ومجموعة من المثقفين المدنيين والإسلاميين المستقلين قضية تجديد الخطاب الدينى كجزء لا يتجزأ من عملية الإصلاح الثقافى المنشود، ومحاولة لكسر احتكار العناصر الأصولية والسلفية علي هذا المجال. وأثارت قضية إصلاح الخطاب الدينى سجالاً متعدد الجوانب والأطراف حيث أكد الداعون للتجديد على أن حالة الضعف والتراجع التي تمر بها مصر والمنطقة نتجت عن خطاب ثقافى ودينى رجعى ومتزمت غير قادر على مواكبة الحداثة والتحديات الداخلية والخارجية التي تواجهها دول المنطقة، وأن الخروج من المأزق التاريخى الذى تمر به مصر والمنطقة يتطلب خطابا ثقافيا ودينيا يغرس ويكرس قيم الحرية والديمقراطية والتسامح والمواطنة والفكر والإبداع (٧) .

ولهذا فإن خطابنا الديني المعاصر يحتاج إلي الاستفادة الواعية من نتائج ومستخلصات علوم الاجتماع والانثروبولوجيا واللغويات والقانون والسياسة وتاريخ الأفكار والاقتصاد والسكان والجغرافيا البشرية والفنون والثقافة.. وغيرها..، لكي يساهم ، في دفع مسيره مجتمعنا نحو النمو واكتساب القدرة علي مواجهه متغيرات عالمنا المعاصر وضروراتها وعلي التعامل معها بالكفاءة المطلوبة (٨) .

ولذلك فإن هذه الدراسة تسعى إلى التعرف على اتجاهات القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية بالراديو والتليفزيون المصرى نحو تجديد الخطاب الديني .

الإطار المعرفى للبحث :

أولاً : مفهوم الخطاب الديني :-

المعنى اللغوى للخطاب : الخطاب على وزن فعال ، ومأخوذ من خاطب ومصدره خطاباً ومخاطبة على وزن مفاعلة ، ومعناه الكلام والمحادثة ، ويقال خطب الناس وخطب فيهم وعليهم خطابة وخطبة : ألقى عليهم خطبة .

ويقال : خاطبه خطابا ومخاطبة : كالمه وحادثه ووجه إليه كلاما أو خاطبه فى الأمر حدثه بشأنه فالخطاب كلام موجه فيه مشاركة وقال الراغب : الخطب والمخاطبة والتخاطب : المراجعة فى الكلام وقد خاطبه بالكلام مخاطبة وخطاباً وهما يتخاطبان والخطاب : المواجهة بالكلام أو مراجعة الكلام فالخطاب يقتضى حوارا ومشاركة ولا خطاب إلا باعتبار تضمين معنى المكالمة وهو الكلام الذى يقصد به الإفهام (٩) .

المعنى الإصطلاحى للخطاب : يستعمل لفظ الخطاب اصطلاحا بمعان شتى تبعاً لطبيعة الموضوع الذى ينصب عليه الخطاب وتبعاً للأغراض التى يسعى إلى تحقيقها على النحو الذى يحدده المنطق ، وفلسفة التشريع ، والأيديولوجية المتبناة فى صياغة التشريعات ومعنى هذا أن الخطاب يتجاوز الشكلانية اللغوية ويمتد إلى وسائل الإقناع ، ونوعية البرهان ، وأدوات الأسلوب البياني (١٠) .

وبالتالي يعرف الخطاب بأنه " كل ما كتبه أو قاله أو علق عليه شخص ما أى مضمون الطرح الذى يقدمه مصدر معين حول قضية ما " (١١) .

أو هو كلام موجه إلى متلق بقصد الإقناع والتأثير أو المشاركة الكلامية بين طرفى الاتصال حواراً أو مشافهة أو كتابة للتأثير والإقناع وتحقيق مقاصد اتصالية (١٢) .

كما يعرف الخطاب بأنه " مجموعة من النصوص التى تشكل خطاباً أو فكراً فالخطاب باعتباره مقولة الكاتب هو بناء من الأفكار يحمل وجهة نظر أو هو هذه الوجهة من النظر مصوغة فى بناء استدلالى يتضمن مقدمات ونتائج " (١٣) .

إذن الخطاب هو طريقة معينة للتحدث عن الواقع وفهمه كما أنه مجموعة من النصوص والممارسات الخاصة بإنتاج النصوص وانتشارها واستقبالها مما يؤدى إلى إنشاء أو فهم الواقع الاجتماعى بل هو كل الأشياء التى تكون العالم الاجتماعى وبعبارة أخرى الخطاب هو واقعنا الاجتماعى وإدراكنا لهويتنا (١٤) .

مفهوم الخطاب الديني :

ولذلك فالخطاب الديني ليس مجرد كلام يقال بل لابد من انتظار رد فعل أو نتيجة بشأنه وليس أيضا كما يتخيله البعض بأنه مجرد الخطابة التى نتلقاها من على منابر المساجد والكنائس فى صورة خطبة أو موعظة أو درس بينما المقصود هو مجمل ما يصلنا من أفكار أو تصورات بكل

أشكال التعبير اللغوى مسموعا أو مكتوبا وبكل وسائل التوصيل التقليدية أو المستحدثة وبتلك التى نتلقاها فرادى أو جماعة (١٥) .

وهو ما تحتاجه الدعوة من خطاب يواكب اختلاف العصور، ويحتوى اختلاف البيئات ، ويستوعب اختلاف القضايا، ويناسب اختلاف المخاطبين ،ويستعمل الوسائل المناسبة لهم(١٦).
كما يعرف الخطاب الديني بأنه اجتهادات علماء الدين فى غير الثوابت التى تتلاءم مع مستجدات كل من الواقع والمعرفة والتى تصل مشافهة أو مسجلة أو مكتوبة إلى الجمهور فيتلقاها بالسماع أو الكتابة فتكسبه المنعة والقدرة على مواجهة متغيرات العصر وعلى التعامل معها بالكفاءة المطلوبة .

والخطاب الديني ليس هو الخطابة التي نتلقاها من علي منابر المساجد والكنائس في صوره خطبه أو موعظة أو درس؛ بالتعبير الشائع هذه الأيام؛ بينما المقصود هو مجمل ما يصلنا من أفكار أو تصورات بكل أشكال التعبير اللغوي، مسموعا أو مكتوبا، وبكل وسائل التوصيل التقليدية أو المستحدثة، وتلك التي نتلقاها جماعه أو فرادي (١٧) .

وهو اجتهادات رجال العلم المتفقهين في الدين مسلمين ومسيحيين بشرط الا تمس الثوابت الأساسية للعقائد الدينية نفسها، والتي تجسدها وتعبر عنها خير تعبير أركان الإيمان ثم أركان الدين المعين بالذات (١٨) .

والخطاب الديني هو مجموع الأفكار والتصورات التى يطرحها منتجو هذا الخطاب فى أى شكل من أشكال الاتصال من خلال مناهج مستحدثة للتعامل مع النظام العالمى الجديد بقضاياه وإشكالياته وصيغاً جديدة تتواصل مع التراث بشكل أوسع من مفهوم الاجتهاد الذى اعتبره الفقهاء مدخلاً أساسياً فى تعامل الشريعة مع المتغيرات الحديثة (١٩) .

والخطاب الديني هو الدعوة إلى الله تعالى ، وإلى الإيمان بالرسل، والإقتداء بهم، واقتفاء نهجهم فى إقامة الدين الحق، وإتباع أوامر الخالق واجتناب نواهيه، وتربية الخلق وتنظيم حياة المجتمعات، وتوطيد التعامل الإيجابي مع مقتضيات الأحوال المتغيرة التي تطرأ على الحياة الاجتماعية فى مستوياتها المختلفة وهو الذى يوجه العقل لإدراك المقاصد فى الدين، وفى الأحكام التى يدعو إليها، من حيث إنه يضئ له طريق الحق ويهديه سواء السبيل، ويوجهه إلى التفكير الصحيح والتدبر الواعى الذى يقود إلى استنباط الأحكام، ويشعره بالحاجة إلى المعرفة الحقة، وفهم الحقائق التى تحكم هذا الكون، ويعطيه مفاتيح البرهنة والاستدلال على وجود القوة

المدبرة لهذا الكون، ويمكنه من فهم المنظومة الأخلاقية التى تشكل دستور الحياة الجماعية والاجتماعية(٢٠) .

والخطاب الديني المراد تجديده هو أسلوب الدعوة إلي الإسلام، ووسائل الإقناع التي تتنوع وتتغير تبعا للتطور المذهل في علوم الاتصال الحديثة وهو تطوير لطرائق عرض الإسلام لكي يلائم المخاطبين كما أنه تطوير لا يخرج عن أنماط ثلاثة حددها القرآن الكريم، وهي الحكمة التي تقوم علي استخدام منطق العقل الخالص، والموعظة الحسنة التي تقوم علي العواطف والمشاعر والوجدان، والجدال بالتي هي أحسن الذي يتأسس علي الحوار الجاد المثمر الذي يهدف الي الوصول للحق، بعيدا عن اللجاجة والمراء (٢١) .

ثانياً : أنواع الخطاب الديني :-

يبدو الخطاب الديني فى مصر فضاء متسعا لتيارات عديدة تتداخل وتتفارد فكرياته ومواقفه لتضحى تعددية متشعبة الرؤى والأطروحات يمكن تقسيمها على النحو التالى :

الرؤية الأولى : ترى أن الخطاب الديني يتنوع تنوعاً يتناسب مع حالة الإنسان فهو (٢٢) :

* **خطاب من آيات القرآن الكريم للإنسان :** حيث تتنوع أنواع الخطاب فى آيات القرآن الكريم لتكون متسقة مع سنة الحياة وأن يكون فيها تنوع وتغير ومن أجل ذلك نزل القرآن منجماً حسب الظروف والحوادث لأنه كتاب بناء جاء بمنهاج كامل للحياة لصيانة نفوس وبناء أمة وإقامة مجتمع وقد يعم الخطاب فى الآيات القرآنية كل ما يتسع له العقل الإنساني .

* **خطاب من الرسل والأنبياء :** وقد جاء الخطاب الديني على ألسنة رجال هم نماذج بشرية فاضلة مختارة بعثهم الله برسالته إلى الشعوب والأقوام من أجل إنقاذهم من صور الفساد فى العقيدة وما ينتج عنها من فساد فى الواقع الاجتماعى والاقتصادى ونظراً لأن فساد العقيدة كان عنصراً مشتركاً لدى الأقوام فقد كان خطاب الأنبياء فى هذه المسألة خطاباً واحداً.

* **خطاب العلماء والمصلحين والمفكرين :** وهذا الخطاب قائم على محاولة الإنسان فهم الخطاب الآلهي ومحاولة استنباط الأحكام والاسترشاد بآيات القرآن الكريم فى غير جمود وفى هذا الخطاب يعطى الإسلام مساحة واسعة للعقل الإنساني فى إطار الثوابت التى جاء بها الإسلام (٢٣) .

والرؤية الثانية : تقسم الخطاب الديني إلى (٢٤) :

* **الخطاب الديني الثائر:** وفي هذا الخطاب تستخدم المصطلحات التي تهيج النفوس ضد الفساد وضد الظلم وضد الكفر.. الخ. وهنا يكون الصوت المرتفع والنبرات المعبرة، بحيث يخرج الناس من أمام الخطيب وهم في حاله ثوره ضد البشر الفاسدين والكافرين .

* **الخطاب الديني الساخر:** وفيه يقوم الخطيب بمناقشه عقائد الآخر المختلف بطريقه ساخرة يسفه فيها ما يؤمن به الآخر ويجعل المستمعين إليه يضحكون هازئين، وهذا يولد نوعا من احتقار الآخر ورفضه وعند حدوث اي شراره يتحول هذا الفكر إلي عنف شديد ضد الآخر.

* **الخطاب الديني المتجهم** : وهذا النوع ليس بثائر فهو يتحدث بهدوء وتؤدة، وهو ليس بالساخر فهو يرفض السخرية تماما ولكنه خطاب تجهمي تشاؤمي رافض لكل رأي مختلف أو رؤية مختلفة ويعتبر أن الدين قد جاء لمذله الإنسان وتقشفه وأن أي مظاهر للفرح أو البهجة أو العلاقات الاجتماعية هي من الشيطان وهو يشحن النفوس ضد أي مظهر للمدنية وضد أي عقيدة مختلفة.

والرؤية الثالثة : تميل إلى تصنيف الخطاب الديني على أساسين هما (٢٥) :

١ – تصنيف على أساس المرحلة التاريخية :

* خطاب إسلامي ظهر مع دخول الاستعمار العالم الإسلامي، وحاول أن يقدم استجابة إسلامية لظاهرتي التحديث والاستعمار، وقد ظل هو الخطاب المهيمن حتى منتصف الستينيات، وهو ما يشير إليه بالخطاب الإسلامي القديم.

* ظهر خطاب آخر كان هامشيًا، ولكن معالمه بدأت تتضح تدريجيًا في منتصف الستينيات، وهو ما يشير إليه بالخطاب الإسلامي الجديد. ونقطة الاختلاف بين الخطابين هي الموقف من الحداثة الغربية .

٢ – تصنيف على أساس حَمَلة الخطاب :

* **الخطاب الجماهيري أو الخطاب الشعبي** : وهو خطاب القاعدة العريضة من الجماهير الإسلامية التي شعرت بفطرتها أن عمليات التحديث والعلمنة والعولمة لم يكن فيها خير ولا صلاح لها، كما لاحظت أن هذه العمليات هي في جوهرها عمليات تغريب سلبتها موروثها الديني والثقافي، ولم تعطها شيئًا في المقابل؛ بل أدت إلى مزيد من الهيمنة الاستعمارية والاستقطاب الطبقي في الداخل، وهذا الخطاب الجماهيري يضم الفقراء بالدرجة الأولى، ولكنه يضم في صفوفه الأثرياء ممن يشعرون بأهمية الموروث القيمي والحضاري، ومن أدركوا أن في ضياعه ضياعًا لكل شيء.

* **الخطاب السياسي:** وهو خطاب بعض أعضاء الطبقة المتوسطة من المهنيين والأكاديميين وطلبة الجامعات والتجار ممن شعروا بالحاجة إلى عمل إسلامي يحمي هذه الأمة. وقد أدركوا أن العمل السياسي هو السبيل إلى هذا، فقاموا بتنظيم أنفسهم على هيئة تنظيمات سياسية لا تلجأ للعنف، تتبعها تنظيمات شبابية ومؤسسات تربوية ، واهتمامُ حملة هذا الخطاب يكاد ينحصر في المجال السياسي والتربوي.

* **الخطاب الفكري:** هو الخطاب الذي يتعامل أساسًا مع الجانب التنظيري الفكري داخل الحركة الإسلامية.

الرؤية الرابعة (٢٦) : ترى تعدد الخطاب الديني تبعا لتعدد توجهات وخيارات فصائله وتسعى هذه الرؤية إلي تحديد أهم تنويعات الخطاب الإسلامى المعاصر إلى :

١ – خطاب الإسلام الراديكالي : وهو الخطاب الذى تبنته جماعات الاحتجاج والعنف فى مواجهتها لأزمة المعاش ومعضلات التحديث المعاصر وإشكاليات العصرنة لتطرح نفسها بديلاً ثورياً متكاملاً له صفة الشمول والمنحى العالمى ليقف سداً فى وجه الهيمنة الحضارية والثقافية للغرب بماديته وعلمانيته ودهريته والتأكيد على ضرورة العودة إلى الأصول الإسلامية فى التفكير وقواعد السلوك والتنظيم الحقوقي والاجتماعي ويرى أن ليس هنالك سوى إسلام واحد هو دين الحق بما يعنى عدم قبوله المزاوجة بين الدين كمؤسسة اجتماعية والإيمان كقناعات فردية والتى هى أدعى لتفتيت الوحدة الإسلامية .

٢ – خطاب اليسار الإسلامي : هو خطاب تعددت فيه اجتهادات عديدة بعضها أخذ شكل مشروع حضارى يقوم على إعادة بناء الذات بنقد تراث الماضي وتحجيم التبعية والتغريب بنقد تراث الغرب وتحليل الواقع وتفسيره بهدف تغييره على مستويين تنظيري وتطبيقي يدور الأول التنظيري على شرعيتين هى العقيدة والثورة أو التراث والتجديد .فعلى مستوى التراث بتطويره وتفجير طاقاته وإحياء جوانبه الثورية . وعلى مستوى التجديد بطرق ثلاثة متضافرة : تجديد اللغة وتجديد المعنى وتجديد الواقع .

٣ – خطاب أسلمة المعرفة : يستهدف هذا الخطاب محاولة استقلال حضارى يقوم على إعادة صوغ تراث العلوم وفقاً لوجهة النظر الإسلامية وجعل مفرداتها وإحالاتها جزءاً مكوناً فى الخطاب وإرجاعها إلى الوحى كمصدر بين المصادر العلمية البشرية الأخرى أى بإضافة البشرى إلى الإلهى ووضع تصور لها من منظور قرآنى . ويختلف أصحاب هذا الخطاب فى فهمهم لأسلمة المعرفة منهم من يراها تعتمد على فلسفة علوم إسلامية تستمد أصولها من نظرة الإسلام ومنهم من يؤكد على أهمية العنصر الأخلاقى والالتزام المعيارى ومنهم من يعاينها فى طريقة المعالجة

والقضايا المطروحة للدرس والبحث التى توجهها ويقيدها تصور الباحث وعقيدته ومنهم من يراها فى دراسة الواقع بغض النظر عن المدرسة العلمية ومقارنتها بالصورة الإسلامية الصحيحة الممثلة فى حياة وسيرة الرسول والصحابة والسلف الصالح .

٤ – خطاب الإسلام التأويلي : وهو خطاب أثار سجالاً حاداً وصل إلى إدانة صاحبه (نصر حامد أبو زيد) واتهامه بالمروق والردة ربما لأن التأويل كفعل منطقى لم يكتسب شرعيته الى الآن فى فكرنا المعاصر حيث يوصف عادة من خصومه على أنه جنوح عن المقاصد والدلالات الموضوعية ودخول فى إثبات عقائد وضلالات من خلال تحريف عمومى للدلالات والمعاني .

ثالثاً : خصائص الخطاب الديني :

هناك من يري أن الموقف من الحداثة الغربية هو النقطة الأساسية التي تتفرع عنها كل الخصائص الأخرى التي تميز الخطاب الديني الجديد وأوجز الخصائص فيما يلي(٢٧) :

* يصدر عن رؤية معرفية شاملة متكاملة .

* خطاب جذري توليدي استكشافي له القدرة على اكتشاف الإمكانات الخلاقة للمنظومة الإسلامية والقدرة على إدراك أبعاد إنسانية جديدة .

* خطاب يرفض فكرة المركزية الغربية وله القدرة على الاستفادة من الحداثة الغربية ويميز ويفصل بين إنجازات الغرب وبين رؤيته القيمية .

* إدراك المكون والبعد الحضاري للظواهر والأشياء المستحدثة .

* تأسيس رؤية إسلامية مستقلة في التنمية .

* طرح النسبية الإسلامية كبديل عن النسبية المطلقة .

* الإيمان بالحركة والتدافع كأساس للحياة .

* القدرة على الرؤية المتكاملة للشريعة وإنزالها على الواقع المعاصر .

* القدرة على صياغة نموذج معرفي إسلامي والاحتكام إليه .

* الاهتمام بالأمة بديلاً عن الدولة المركزية .

وهناك من يري أن خصائص الخطاب الديني الجديد فى عصر العولمة هى(٢٨) :

* خطاب يؤمن بالوحي ولا يغيب العقل .

* يحرص على المعاصرة ويتمسك بالأصالة .

* خطاب يدعو إلى الروحانية ولا يهمل المادية .

* خطاب يتبنى العالمية ولا يغفل المحلية .

* خطاب يستشرف المستقبل ولا يتنكر للماضي .

* خطاب يتبنى التيسير في الفتوى والتبشير في الدعوة .

* خطاب ينادي بالاجتهاد ولا يتعدى الثوابت .

* خطاب ينكر الإرهاب الممنوع ويؤيد الجهاد المشروع .

* خطاب يحفظ حقوق الأقلية ولا يحيف على الأكثرية .

* خطاب ينصف المرأة ولا يجور على الرجل .

رابعاً : تجديد الخطاب الديني بين المؤيدين والمعارضين :-

انقسمت بعض الآراء بين مؤيد ومعارض لقضية تجديد الخطاب الديني فالرأى المؤيد ساق حججه على النحو التالى (٢٩) :

* الحياة متطورة، ومتجددة ، وأحوال الأمم والشعوب وعاداتها وتقاليدها وأعرافها يعتريها الكثير من التغير والتحول ، وبالطبع فإن الحاجة تتضاعف إلى معرفة حكم الشرع فيما استجد من أمور.

* التجديد من مقتضيات تطور الحياة والمجتمعات، وكلنا ينشد التطور والرقى ، ولا نكون مبالغين إذا قلنا إن التجديد والابتكار هما ركنا التطور، إذ التطور لا يأتى من فراغ وإنما هو نتيجة لدراسة الآراء والأفكار وأخذ الصالح المفيد منها مع إضافة رؤى أخرى عليها فيتولد من ذلك فكر نير تسترشد به الأمة فى مسيرتها .

* التجديد كما هو مطلب شرعي هو كذلك مطلب عقلى، إذ ليس من العدل والإنصاف أن نطلب من أحد أن يأخذ بفكر من سبقه من غير مناقشة أو إبداء رأى خاصة إذا كان أهلا لذلك. مادام التطوير فى إطار الحدود التى يسمح بها الشرع، ولا تمس الثوابت بحال من الأحوال ، فباب التجديد والاجتهاد مفتوح فى مجال الأحكام التى لم يرد فيها نص ولا إجماع، أو جاء فيها نص ظنى الثبوت، أو ظنى الدلالة .

أما الرأى المعارض فكانت حجته على النحو التالى :

يعتبر البعض انه من الصعوبة بمكان تجديد الخطاب الديني للأسباب التالية (٣٠) :

* **لأن الخطاب الديني بطبيعته يتحدث عن مطلقات:** فلأن طابع الخطاب الديني يتحدث عن أبيض مطلق وأسود مطلق؛ خير مطلق وشر مطلق، لذلك فالمنطقة الرمادية غير موجودة وبالتالي فان أتباع الدين الذي يقدمه الخطاب هم الذين يحملون الحق أما الآخرون مهما كانوا فهم يحملون الزيف، وهكذا نري أن الحدود في هذا الخطاب واضحة و الدلائل معلنه والمصطلحات لا لبس فيها، ولذلك فكل من ليس من الخير فهو في الشر ويجب احتقاره ورفضه علي جميع المستويات.

* **لأن الخطاب الديني يتحدث عن مقدسات:** بمعني أن ما يقوله المفسر يعضده بآيات مقدسه ولذلك فالرأي هنا ليس للمفسر أو للواعظ ولكنه لله؛ فالله هو الذي يقول ومضمون كلمات الله يقدمها الواعظ فمن يجرؤ علي مناقشه الله؟ وإذا حاول شخص آخر تقديم اي اجتهاد أو تفسير مختلف فانه يحدث التكفير فكل شخص يكفر الآخر.

* **لأن الخطاب الديني يركز علي الذات والانتماء:** فمن أساسيات الخطاب الديني التركيز علي الذات والدعوة للانتماء وتعليم المبادئ الأساسية للدين، وهكذا فالتركيز المبالغ فيه علي الذات يعني في مضمونه نفي الآخر أو المختلف، حتي دون هجوم مباشر عليه وهذا ما يسمونه التعصب بالحب فمن كثره حب الإنسان لدينه يتجاهل الأديان الأخري دون نية سيئة.

* **لأن الخطاب الديني بطبيعته يرفض الحوار**: فالخطاب الديني له اتجاه واحد من المتحدث إلي الملتقي فهو مونولوجMonologue وليس بصورهDialogue، وهنا يقوم صاحب الخطاب بتخيل الآخر وهو يحاوره فيثير الأسئلة ويرد عليها، ويقوم بتفسير النصوص للآخر بحسب وجهه نظره. وتفسير نصوص الدين الآخر المختلف من أكثر الأمور إيلاما للنفس فيعتبر من تعرضت نصوصه للتفسير من جانبه الآخر أن هذا اعتداء علي مقدساته وتشويه لكتبه المقدسة مما يعمق الكراهية ويوجج الصراع.

* **لأن الخطاب الديني يتضمن دعوة للآخرين المختلفين للانضمام إليه:**

لان الخطاب الديني بطبيعته خطاب دعوه للآخرين وإقناعهم بالعدول عن أفكارهم والانتماء لأصحاب الخطاب لذلك فهو خطاب دفاعي هجومي ففي مرحله الدفاع يحاول الرد علي الخطابات الدينية المطروحة علي الساحة والمختلفة معه ثم يقوم بعمليه هجوم عليها، ولأنه خطاب إقناع ودعوه لذلك فهو يستخدم كل أدوات الإقناع الممكنة وفي سبيل الوصول إلي الإقناع نجد نماذج متعددة للخطاب الديني.

الإطار المنهجي للبحث

يمكن تناول الإطار المنهجي للبحث من خلال ما يلى :

أولاً : الدراسات السابقة :

تنوعت الدراسات التى تناولت الخطاب بصفة عامة والخطاب الديني بصفة خاصة ويمكن تصنيف هذه الدراسات فى إطار محورين :

المحور الأول : دراسات تناولت الخطاب الديني ومنها :

١ – دراسة جابر عبد الموجود (٢٠٠٢) عن اتجاهات النخبة حول تجديد الخطاب الديني (٣١) : توصل فيها إلى أن المؤسسات الدينية والإعلامية هى التى تتحمل مسئولية تجديد الخطاب الديني لما تملكه هذه المؤسسات من برامج دينية وتعليمية ولما لها من قدرة على الإدارة والتنظيم وأن الدعوة لتجديد الخطاب الديني جاءت لعدم أهلية الخطاب الديني الحالى لمسايرة المتغيرات الدولية والصورة السلبية المنطبعة لدى الغرب عن الإسلام والمسلمين بسبب وجود فهم غير صحيح لكثير من جوانب الإسلام لدى الغربيين ولإغفال الخطاب الديني عن إبراز الوجه الحضارى للإسلام والمسلمين .

٢– دراسة صالح العراقى (٢٠٠٦) عن أساليب تطوير الخطاب الديني في القنوات الفضائية العربية (٣٢) : وتوصلت هذه الدراسة إلى أن أهم ضوابط تطوير الخطاب الدينى من وجهة نظر الخبراء والقائمين بالاتصال في القنوات الفضائية العربية هو "أن ينطلق فكر التطوير من القرآن الكريم والسنة النبوية أولاً ثم اجتهاد العلماء والمفكرين فيما بعد" وذلك بنسبة ٢٢.٢٨% ، يليها "ألا يؤدى التطوير إلى التصادم مع النصوص الشرعية أو الإخلال بها" بنسبة ١٨.٥١% ، ثم "أن يراعى التطوير القواعد العامة فى الإفتاء" وذلك بنسبة ١٥.٩٩% . كما توصلت الدراسة إلى أن عدم قدرة الخطاب الدينى على إظهار جوهر الدين الإسلامى الصحيح وأبرزت أوجه القصور التى يعانى منها الخطاب الدينى الحالى فى القنوات الفضائية العربية وذلك بوزن مئوى مقداره ٧٦% ، يليه "كثيراً ما يشغل الخطاب الدينى نفسه بالشكليات والأمور الهامشية وذلك بنسبة ٧٤.٦٧% ، ثم "ميل الخطاب الدينى إلى رفض الحضارة الغربية"" بنسبة ٧٢% .

٣ – دراستان لرباب الجمال الدراسة الأولى (٢٠٠٥) عن دور الخطاب الديني بالصحف المصرية فى تلبية احتياجات الجمهور (٣٣) : وتوصلت فيها الى تعدد مصادر الخطاب الديني الذى تسعى عينة الدراسة لالتماسها وجاء فى مقدمتها إذاعة القرآن الكريم ثم الشرائط الدينية وتراجعت الصحف لمراكز أخيرة كما سعت العينة لمتابعة مصادر محددة بالخطاب الديني الصحفى وفى مقدمتها الدعاة المشهورين ٥٨.٩ % يليها علماء الأزهر الشريف ٢٧.٩٤ % وأخيرا كبار الكتاب فى مجال الدين ١٣.٩٧ % ولم يثبت وجود علاقة دالة بين الاعتماد على

الراديو أو الصحف أو البرامج الدينية بالقنوات الفضائية العامة أو التليفزيون المصري وبين مستوى المعرفة الدينية فى حين تبين وجود ارتباط سلبي دال إحصائيا بين مستوى المعرفة والتماس الخطاب الديني من القنوات الفضائية الدينية .

أما الدراسة الثانية (٢٠٠٢) عن العوامل المؤثرة فى تشكيل خطاب الصحافة العربية الدولية تجاه أحداث ١١ سبتمبر ٢٠٠١ وتداعياتها (٣٤) : تناولت فيها الباحثة دراسة العوامل المؤثرة فى تشكيل خطاب الرأي الصحفي فى جريدة الشرق الأوسط إزاء أحداث ١١ سبتمبر وتوصلت الدراسة التحليلية إلى أن أحداث سبتمبر نجم عنها العديد من النتائج أهمها حملات التشويه التى تعرضت لها الدول الإسلامية والعربية وفى مقدمتها السعودية ومصر وبداية ملامح خريطة جدية للعالم وقد أيدت الخطابات أهمية الدور الإعلامي فى المرحلة الراهنة للأحداث مشيرة إلى قصور الإعلام العربي الذى انسحب على كل القضايا العربية وضرورة وجود خطاب إعلامي دولى موحد حتى لا نظهر تشتتنا أمام الرأي العام وتعددت القوى الفاعلة داخل خطاب الرأى وتمثلت فى قوى فاعلة أمريكية مناوئة عربية أجنبية دولية ونسبت لها العديد من الأدوار الإيجابية والسلبية .

٤- دراسة عبد العزيز شادى (٢٠٠٢) عن الخطاب الديني والصراعات الدولية خبرة ما بعد الحادي عشر من سبتمبر ٢٠٠١ (٣٥) : توصلت إلى أن منتجي الخطاب الديني يتأثرون بالأطر السياسية والاجتماعية التى يعيشون فيها الأمر الذى ينعكس على خطابهم الديني فى معالجته لقضايا مثل العلاقة بين الحاكم والمحكوم والولاء للوطن حيث يري منتجو الخطاب الديني فى لبنان على سبيل المثال ضرورة التمييز بين الولاء للحكومة والولاء للوطن عكس الوضع فى مصر الذى لا يعرف مثل هذا التمييز كما أن بعض منتجي الخطاب الديني ينظرون إلى العلاقة بين المسلمين والغرب على أنها علاقة تعاون وأن دارهم دار سلام ودعوة فى حين ينظر إليها البعض الآخر على أنها علاقة عدائية وأن دارهم دار حرب .

٥ – دراستان لمحمد أحمد يونس الدراسة الأولى (٢٠٠٠) عن الخطاب الديني فى الصحف المصرية خلال الفترة ما بين عامي ١٨٨٣ – ١٩١٤ (٣٦) : توصل فيها إلى وجود تأثير للخط الفكرى والانتماء الحزبي ونوع الصحيفة سواء كانت عامة أو متخصصة على خطابها الديني كما توصلت الدراسة التحليلية إلى أن الخطاب الديني كشف عن احتياج الأمة الى تجديد الفكر الديني والإصلاح من خلال الاجتهاد وإصلاح مؤسسة الأزهر والتوسع فى إنشاء الجمعيات الخيرية الإسلامية كوسيلة من وسائل الإصلاح .

أما الدراسة الثانية (١٩٩٤) (٣٧) : عن الصفحة الدينية فى الصحف المصرية خلال الفترة من ١٩٨٤ – ١٩٨٩ ، رسالة ماجستير ، غير منشورة ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، ١٩٩٤

توصلت إلى أن ضيق مساحة النشر تعد من أهم الضغوط التى تؤثر سلباً على أداء القائم بالاتصال فى الصفحة الدينية بالصحف المصرية .

٦ – دراسة احمد حمد (١٩٩٧) عن الخطاب الالهى وكيف تلقته أفهام المخاطبين (٣٨) : توصل إلى أن الخطاب الإلهى يقوم على حقائق فى المعاني وثوابت فى الأحكام والتشكيك فى المعانى هدم للغة كما أن التشكيك فى الأحكام هدم لنصوص المنهج وأن أى مفكر يريد أن يتعمق فى عبارات الخطاب ويستخرج منها ما لم يسبق إليها لا معارضة له ولا حجر عليه شريطة أن يكون هذا التعمق فى نطاق الدلالات المتبادرة للفهم من هذه العبارات .

المحور الثانى : دراسات تناولت الخطاب الإعلامى ومنها :

١ – دراسة سهام نصار (٢٠٠٣) عن الخطاب الصحفى حول حوار الحضارات فى الطبعة الإلكترونية لصحيفتى الأهرام والشرق الأوسط عام ٢٠٠١ (٣٩) : وكشفت نتائج هذه الدراسة عن تفوق صحيفة الأهرام على صحيفة الشرق الأوسط فى حجم الاهتمام بقضية حوار الحضارات وأن كبار الكتاب فى كلا الصحيفتين هم الذين تصدوا للخوض فى مسألة حوار الحضارات وتشير النتائج إلى أن الكتاب المصريين والسعوديين كانوا من أكثر الكتاب العرب تناولا لهذا الموضوع فى جريدة الشرق الأوسط واتفقت الصحيفتان فى مسعاهما للتأكيد بأن الإسلام دين حوار وسلام وليس دين عنف وإرهاب ولكنهما اختلفتا فى بعض مسارات البرهنة فبينما ركزت الأهرام على استخدام مسارات تؤكد على أهمية الحوار وضرورته نجد صحيفة الشرق الأوسط تهتم باستبعاد الإسلام كخصم وتهتم بنفى أن تكون أحداث ١١ سبتمبر صراع حضارات .

٢ – دراسة عايدة السخاوى (٢٠٠١) عن دلالات الخطاب الإعلامي الصحفى للمرأة المصرية (٤٠) : توصلت فيها إلى أن الخطاب الإعلامي الصحفى مازال قاصرا عن مخاطبة الجمهور العريض للمرأة المصرية ويتضح ذلك من خلال عدم اتساق بين القارئ الضمني والقارئ الفعلى لهذه الصفحات وذلك يرجع إلى أن القائمات بالاتصال فى الصحف يعجزن عن التحرك خارج النطاق القاهرى بسبب القيود التى تمارس عليهن من قبل المهيمنين على النظام الصحفى من الرجال أو اتجاهات التوظيف فى هذه الصفحات المتخصصة كما توصلت الدراسة إلى التغير الطفيف فى الخطاب الإعلامي الصحفى فى مجال الاستشهادات والبراهين مازال غير كافى ليؤدى المأمول منه .

٣ – دراسة إيمان نعمان جمعة (٢٠٠٤) عن أثر الخطاب الصحفى الأمريكي على تناول الصحافة المصرية لقضايا الهوية القومية (٤١) : توصلت إلى أن هناك تأثيرا ضمنيا وغير مباشر للخطاب الأمريكي على الخطاب الصحفى المصرى يتمثل هذا التأثير فى إعطاء قيمة وأولوية لما ورد فى الخطاب الأمريكي من أفكار حيث جعل الإعلاميين والمثقفين المصريين

يعيدون النظر فى رؤيتهم لمبادرة الإصلاح الأمريكية المسماة بمبادرة الشرق الأوسط الكبير بعد إطلاقها فى أول فبراير ٢٠٠٤ واحتلت مساحة كبيرة من المواد التحريرية الصحفية عربيا وغربيا وانقسم الإعلاميون والمثقفون المصريون فيما بينهم إلى مؤيد ومعارض لها أو متحفظ عليها .

٤ – دراسة سحر الصادق (٢٠٠٢) عن صورة الغرب فى الصحافة المصرية دراسة تحليلية للخطاب الإعلامي قبل وبعد أحداث ١١ سبتمبر فى صحف الأهرام والأهالى والأسبوع (٤٢) : توصلت إلى أن صورة الغرب فى الصحف المصرية مرتبطة بأدواره وسياساته ومواقفه على المستويين العربي والدولى وما يرتبط بهذه الأدوار من أوصاف وسمات يطرحها الخطاب حيث بدت صورته متمثلة فى أمريكا سلبية سواء فى معدل كثافة الخطاب أو فى لهجته ولم يطرأ عليها اى تغيير قبل وبعد أحداث ١١ سبتمبر .

٥ – دراسة ماهيناز محسن (٢٠٠٤) عن عناصر تشكيل سمات هوية الذات والآخر فى الخطاب التليفزيونى (٤٣) : حيث سعت هذه الدراسة الى تحليل خصائص مضمون الخطاب الثقافى التليفزيونى فى وصف هوية الذات والآخر كما تتجلى فى عينة من البرامج المقدمة عبر قناتي النيل الثقافية والتنوير وتوصلت إلى أن الخطاب الثقافى التليفزيوني يتميز فى وصف هوية الذات والآخر بطابع دينمى متحرك ويتضح ذلك فى الطريقة التى تستخدم بها العناصر الحاكمة للمضمون الذى يعبر عنه والتى تتمثل فى موضوع الخطاب والفاعل داخل الخطاب والتوجه الزمنى للخطاب فبالنسبة لعنصر الفاعل داخل الخطاب وجدت الدراسة أن أفراد النخبة المثقفة يتحددون أساساً فى : أساتذة الجامعة والكتاب والصحفيين والباحثين والفنانين إذ يعتمد الخطاب بالدرجة الأكبر على هذه الفئات فى بناء مقولاته .

٦ – دراسة غازى بن زين الدين (٢٠٠٢) عن الخطاب الإعلامي العربي مادته وأشكاله (٤٤) : وتهدف هذه الدراسة لتحليل المادة الأدبية فى الصحيفتين العربيتين (الرياض السعودية والأهرام المصرية) لكى تصل الى طبيعة المضمون الأدبي الذى تعبر عنه كل صحيفة وكيف تمت صياغة هذا المضمون فى شكل صحفى وبلغة إعلامية أدبية وتوصلت هذه الدراسة الى أن هناك نقاط التقاء بين الصحيفتين كما ان هناك بعض زوايا الاختلاف فمن حيث المضمون يتصل المضمون الأدبي فى صحيفة الرياض بالخطاب الفنى وقضاياه ليشكل أدبية الفن أو فنية الأدب ويفتح أمام الخطاب الأدبي مجالا جديدا له طابع عصرى وله قارئ متطلع اليه حيث لا تنفصل قضايا الشعر عن قضايا الأدب وهذا يجعل مساحة المادة الأدبية فى الرياض أكبر منها فى الأهرام .

وتوصلت الدراسة إلى أن صفحات الرياض تتفتح أمام عدد من الجيل العربي الجديد فى الإبداع والنقد بحكم عمل بعضهم فى السعودية بينما تقتصر صفحات الأهرام فى الغالب على أعلام الفكر المصرى من القمم الذين لهم تاريخهم فى الكتابة الأدبية وتهتم الصحيفتان اهتماما كبيرا

بالخطاب الادبي النسائي وفى حين تقترب لغة الخطاب فى صحيفة الرياض من القارئ العادى فإن اللغة تعلو فى صحيفة الأهرام لتقترب من القارئ المثقف .

ثانياً : مشكلة البحث :

لا ينحصر الخطاب الديني الإسلامي فيما يقال فى المساجد من خطب ودروس دينية ، وإنما يشمل كل ما يقال عن الدين فى جميع وسائل الإعلام مسموعة أو مقروءة أو مرئية أو ما ينشر منها ويبث على شبكة المعلومات العالمية .

وباستعراض الدراسات السابقة على تعددها وتنوعها أتضح عدم ارتباطها بموضوع الدراسة الحالية بصورة مباشرة مما أدى بالباحث إلى ضرورة البحث فى اتجاهات القائم بالاتصال فى البرامج الدينية بالراديو والتليفزيون المصرى نحو تجديد الخطاب الديني دراسة ميدانية والتعرف على أهم أساليب تطوير هذا الخطاب فى هذه البرامج شكلا ومضموناً وأداءاً .

خاصة ونحن نشهد الآن تنامى ظاهرة العداء ضد الإسلام والتأثيرات السلبية لثورة الاتصال على المجتمعات الإسلامية والتى أكدتها نتائج الدراسات السابقة .

أهمية البحث : ترجع أهمية البحث إلى عدة اعتبارات :

١ – يعد الخطاب وسيلة من وسائل التواصل مع أفراد المجتمع ولمختلف الأغراض وهو العامل الخارجى والأهم فى تشكيل الصورة الذهنية التى تتصل اتصالا وثيقا بالاتجاهات والمواقف والاستجابات العملية التى يتعامل بها الفرد أو الجماعة مع الموضوعات والقضايا والآخرين فى الحياة (٤٥) :

٢– أهمية الخطاب الديني ومسئوليته فى التعريف بصحيح الدين وتفنيد أية دعايات كاذبة لأعداء الإسلام .

٣ – يعتبر الخطاب الديني المكون الأساسي للعقل العربي المسلم ويشكل المصدر الرئيسي لوعى الآخر بالمسلمين والعرب ومن هنا يبدو واضحا أنه مهما يكن بالإسلام من حال العمق أو الضحالة والصحة أو الزيف إنما يعكس أساساً حال الخطاب الديني .

٤ – تعد قضية تجديد الخطاب الديني إحدى القضايا المهمة التى شغلت عقل النخبة من الساسة والعلماء والمفكرين المسلمين الذين أدركوا عدم مسايرتهم للعصر وأنهم فى واد والعالم الآخر فى واد رغم كثرة عددهم ورغم تملكهم للكثير من أسباب التقدم الحضارى ويأتى على رأسها العلم

الديني ومرجعيته المحفوظة الباقية وهى القرآن الكريم والسنة النبوية ثم مصادر الطاقة والمياه والثروة البشرية (٤٦) .

٥ – إن الخطاب الديني بحاجة إلى المراجعة والمتابعة والتطوير بصفة مستمرة لأن العالم يتغير بمتواليات اكبر من المتواليات الهندسية ويحقق فى اليوم ما لم يمكن تحقيقه فى عقود .

٦ – أهمية الكشف عن علاقة القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية بالراديو والتليفزيون المصرى بهذا الخطاب لتقييم مدى فعاليته وبيان تأثيره .

٧ – أهمية التعرف على الرؤية المستقبلية الخاصة بعلاقة القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية بالراديو والتليفزيون المصرى بهذا الخطاب لتفعيل دور الخطاب الديني .

٨ – ندرة الدراسات التى تناولت اتجاهات القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية بالراديو والتليفزيون المصري حول تجديد الخطاب الديني .

ثالثاً : أهداف البحث :

١ – دراسة مفهوم القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية للخطاب الديني فى الراديو والتليفزيون والتعرف على اتجاهاتهم نحو تجديد هذا الخطاب .

٢ – استكشاف إلى أى مدى يتبنى القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية خطاباً يسهم فى تحقيق الحوار الحضاري مع الآخر .

٣ – التعرف على المعوقات والصعوبات التى تواجه القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية والتى تعرقل تجديد الخطاب الدينى .

٤ – رصد رؤية القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية فى الراديو والتليفزيون لسبل تجديد الخطاب الديني .

رابعاً : تساؤلات البحث :

فى ضوء تحديد مشكلة البحث وأهدافها وإطارها النظرى تتحدد تساؤلات البحث فيما يلي :

س١ : ما مفهوم الخطاب الدينى لدى القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية بالراديو والتليفزيون المصرى ؟

س٢ : ما خصائص وسمات القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية فى الراديو والتليفزيون المصرى ؟

س٣ : ما سمات الخطاب الدينى فى الراديو والتليفزيون المصرى ؟

س٤ : ما موقف القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية بالراديو والتليفزيون المصرى من قضية تجديد الخطاب الدينى بالراديو والتليفزيون ؟

س٥ : ما رؤية القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية بالراديو والتليفزيون المصرى لكيفية تجديد الخطاب الدينى ؟

س٦ : ما الأشكال البرامجية فى الراديو والتليفزيون الملائمة لتجديد الخطاب الدينى والتى تعتبر أكثر فعالية فى نقل هذا الخطاب للجماهير ؟

س٧ : ما رؤية القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية بالراديو والتليفزيون المصرى لمضامين الخطاب الدينى الجديد ؟

س٨ : ما مدى تأثر القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية بالراديو والتليفزيون المصرى بالتيارات الفكرية الغربية المعاصرة ؟

س٩ : ما مدى تأثر القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية بالراديو والتليفزيون المصرى بالتيارات الفكرية الإسلامية السلفية ؟

س١٠ : ما الصعوبات التى تواجه القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية بالراديو والتليفزيون المصرى والتى تحد من تجديد الخطاب الدينى؟

س١١ : ما مقترحات القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية بالراديو والتليفزيون المصرى لتجديد وتطوير الخطاب الدينى ؟

خامساً : فروض البحث :

* توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين سمات وخصائص القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية بالراديو والتليفزيون واتجاهاتهم نحو تبنى أو رفض تجديد الخطاب الدينى ؟

* توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين موقف القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية بالراديو والتليفزيون من التيارات الفكرية السلفية والمعاصرة واتجاهاتهم نحو تبنى أو رفض تجديد الخطاب الدينى ؟

سادساً : مفاهيم البحث :

القائم بالاتصال فى البرامج الدينية :

يقصد به مذيع ومقدم ومعد ومحرر ومخرج البرامج الدينية بالراديو والتليفزيون المصرى بقنواته الأرضية والفضائية والقومية والمحلية والإقليمية .

التجديد : هو الاستعانة بأساليب جديدة لعرض الدعوة للإسلام بما يجعلها توافق وتواكب وتناسب المجتمعات المعاصرة من مسلمين وغير مسلمين، تجديدا يتسع مفهومه ليشمل أسلوب الداعية، ومناهج الدعوة وموادها، وأدوات التبليغ ووسائله. وهو تجديد يحفظ للإسلام أصالته ومرونته فى آن واحد، وهو وليد وسطيته ودليل من أدلة شموليته وخلوده (٤٧) .

الخطاب الدينى :

يقصد به البرامج الدينية التى تتناول شرح وتفسير القرآن الكريم والأحاديث النبوية الشريفة وآراء وتصورات رجال الدين لقضايا المجتمع المختلفة وكافة الموضوعات والقضايا والمفاهيم الدينية التى يقدمها ويتناولها القائمون بالاتصال من خلال هذه البرامج بالراديو والتليفزيون .

سابعاً : الإجراءات المنهجية للبحث :

* **نوع البحث** : ينتمى هذا البحث إلى حقل الدراسات الاستطلاعية الوصفية التى لا تقف عند حد جمع البيانات عن الظاهرة موضع الدراسة وإنما تصنف البيانات والحقائق وتفسرها وتحللها وتستخلص نتائج ودلالات مفيدة منها (٤٨) .

حيث يهدف البحث إلى وصف وتحليل اتجاهات القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية بالراديو والتليفزيون المصرى نحو تجديد الخطاب الدينى وسبل تطوير هذا الخطاب .

* **منهج البحث وأدواته** : استخدم الباحث منهج المسح لجمع البيانات والمعلومات اللازمة للدراسة لتجميع وتنظيم وتوصيف وتحليل الحقائق المتعلقة بالعوامل التى تؤثر على اتجاهات القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية بالراديو والتليفزيون نحو تجديد الخطاب الديني وذلك اعتمادا على أسلوب البحث بالعينة .

* **أدوات جمع البيانات** : اعتمد الباحث فى جمع البيانات على أداة الاستبيان بالمقابلة وقد تم تصميم استمارة استبيان تم عرضها على عدد من المحكمين (٤٩) .

وبناء على ملاحظاتهم تم تعديل الاستمارة بإعادة صياغة بعض الأسئلة وإعادة ترتيب بعضها وبعد إجراء التعديلات صممت الاستمارة فى شكلها النهائي وتضمنت ٢٥ سؤالا لتغطية أهداف البحث وقام الباحث بإجراء اختبار قبلى Pretest على عينة تمثل ٥ % من حجم عينة الدراسة ثم قام بإعادة تطبيقها على عينة تمثل ٥ % من المبحوثين وبلغت نسبة الثبات ٠.٩٥ % وهى نسبة دلت على وضوح الاستمارة وصلاحيتها للبحث .

وقد حصل الباحث على موافقة الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء بقرار رقم (١١٨٥) لسنة ٢٠٠٥ لتطبيق الدراسة الميدانية على القائمين بالاتصال فى الراديو والتليفزيون المصرى (٥٠) .

* **عينة البحث :**

مجتمع هذا البحث يشمل المذيعين ومعدى ومقدمى البرامج والمحررين والمخرجين فى البرامج الدينية فى إذاعة القرآن الكريم والبرنامج العام وإذاعة القاهرة الكبرى وإذاعة القناة وإذاعة وسط الدلتا والقنوات التليفزيونية الأولى والثانية والرابعة وبما أن ثمة تقارباً كبيراً وتشابهاً بين الخصائص المميزة لأفراد هذا المجتمع فقد عمل الباحث على تمثيله بعينة غير احتمالية بلغت ١٠٥ مفردة تم اختيارها وفقاً لأسلوب العينة العمدية وهى التى " يختار الباحث أفرادها قصداً اعتقاداً منه بأنها تمثل مجتمع الدراسة أو التى يعمد الباحث خلالها إلى اختيار الوحدات أو

المفردات بطريقة عمدية وذلك تبعاً لما يراه الباحث من سمات أو خصائص تتوفر لهذه الوحدات أو المفردات وتخدم أهداف البحث " (٥١) والجدول رقم (١) يبين خصائص هذه العينة .

جدول رقم (١)

خصائص عينة الدراسة

المتغير	العدد	النسبة المئوية	المتغير	العدد	النسبة المئوية
النوع			**نوع التعليم**		
ذكر	٨٣	٧٩ %	تعليم عام	٨٤	٨٠ %
أنثى	٢٢	٢١ %	تعليم أزهرى	١٩	١٨.١ %
			تعليم أجنبى	٢	١.٩ %
الإجمالي	١٠٥	١٠٠ %	الإجمالي	١٠٥	١٠٠ %
السن			***الوظيفة***		
من ٢٥ إلى اقل من ٣٥	٢٠	١٩ %	*مقدم برامج*	٣٤	٣٢.٤ %
من ٣٥ إلى اقل من ٤٥	٥١	٤٨.٦ %	*معد برامج*	٢٣	٢١.٩ %
من ٤٥ إلى اقل من ٥٥	٣١	٢٩.٥ %	*مذيع هواء*	١٥	١٤.٣ %
٥٥ فأكثر	٣	٢.٩ %	مخرج	١٥	١٤.٣ %
			وظيفة أخرى	١٢	١١.٤ %
			محرر	٦	٥.٧ %
الإجمالي	١٠٥	١٠٠ %	الإجمالي	١٠٥	١٠٠ %
الحالة التعليمية			**القطاع**		
مؤهل عال	٧٩	٧٥.٢ %	قطاع الإذاعة	٢٩	٢٧.٦ %
دراسات عليا	١٤	١٣.٣ %	شبكة الإذاعات المحلية	١٨	١٧.١ %
ماجستير	٦	٥.٧ %	شبكة القرآن الكريم	١٣	١٢.٤ %
دكتوراه	٦	٥.٧ %	شبكة الإذاعات الموجهة	١٢	١١.٤ %
			شبكة البرنامج العام		
الإجمالي	١٠٥	١٠٠ %	الإجمالي	١٠٥	١٠٠ %
قطاع التليفزيون					
القناة الرابعة	١٨	١٧.١ %			
القناة الأولى	١٠	٩.٥ %			
القناة الثانية	٥	٤.٨ %			
الإجمالى	١٠٥	١٠٠ %			

* **المعالجة الإحصائية :** تم إدخال البيانات إلى الحاسب الآلى باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS لرصد التكرارات والجداول المزدوجة والارتباطات بين متغيرات الدراسة الأساسية وتم فى إطار البرنامج الاستعانة بالمقاييس التالية :

١ – اختبار كا٢ لقياس قوة العلاقة بين المتغيرات .

٢ – معامل ارتباط بيرسون لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من متغيرات الدراسة .

٣ – التكرارات البسيطة والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية .

٤ – معامل التوافق لقياس شدة العلاقة الارتباطية .

كما تم استخدام اختبارات T- Test وهى اختبارات المجموعات المستقلة لدراسة معنوية الفرق بين المتوسطين الحسابين لمجموعتين من المبحوثين فى أحد متغيرات الدراسة .

نتائج الدراسة الميدانية :

١ – مدى موافقة القائم بالاتصال فى البرامج الدينية بالإذاعة والتليفزيون المصرى على تجديد الخطاب الدينى :

جدول رقم (٢)

الاستجابة	التكرارات	النسبة المئوية	كا^{٢}	الدلالة
أوافق	٨٩	٨٧.٦ %	١٢٥.٨	٠.٠٠٠
أوافق إلى حد ما	١٢	١١.٤ %		
ارفض	٤	٠.٩٥ %		
جملة من سئلوا	١٠٥	١٠٠ %		

تشير بيانات الجدول السابق الى مايلي :

* إن نسبة ٨٧.٦ % من القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية يوافقون تماما على تجديد الخطاب الديني بالإذاعة والتليفزيون المصرى كما أن نسبة ١١.٤ % موافقة الى حد ما على تجديد هذا الخطاب وذلك باعتبار أن الإسلام دين صالح لكل زمان ومكان وعليه أن يواكب المتغيرات الدولية الجديدة التى فرضت على الخطاب الديني الذى يجب عليه أن يجدد نفسه باعتباره من أقوى الخطابات التى تؤثر فى تحريك الجماهير نحو النمو واكتساب المنعة والقدرة على مواجهة المتغيرات (٥٢) .

والحقيقة أن الخطاب الديني في وسائل الإعلام يعاني من أمراض كثيرة فما زالت الوجوه هي الوجوه والبرامج هي البرامج والمخرجون هم المخرجون بل مازال الكلام هو نفس الكلام وبالرغم من وجود برامج ذات مضامين ثقافية ودينية عالية، ولكنها تحتاج إلى تجديد على مستوى الأسلوب والشكل. لأن القوالب الكلاسيكية القديمة لم تعد تلبي احتياجات الجمهور وتجتذب شرائحه المتعددة إلى ما تطرحه الإذاعات الإسلامية بل إن العديد من البرامج الدينية التي

اعتادت تبثها الإذاعات الإسلامية العامة والمتخصصة على حد سواء أخذت تعد من مولدات الملل والروتين وصار بعض البرامج المقدمة بهذه الطرق الرتيبة تنفر الجمهور من الإذاعة وهذا هو الفشل المركب الذي قد يصيب الخطاب الديني ويشل حركته ويفقده مزية التأثير والفاعلية (٥٣) .

* نسبة ٠.٩٥ % رافضة لتجديد الخطاب الديني وهى نسبة ضئيلة جداً لا تذكر .

* أثبتت قيمة كا٢ (١٢٥.٨) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الموافقين وغير الموافقين من القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية على تجديد الخطاب الديني فى هذه البرامج

س٢ : أسباب موافقة القائم بالاتصال فى البرامج الدينية بالإذاعة والتليفزيون المصرى على تجديد الخطاب الدينى :

جدول رقم (٣)

أسباب الموافقة على تجديد الخطاب الديني	العدد	النسبة المئوية	كا٢	الدلالة
لوجود فهم خاطئ لدى الغرب عن الإسلام	١٠٥	٦٠ %	٥٤.٢٨	٠.٠٠٠
لإبراز الوجه الحضارى للإسلام والمسلمين	١٠٥	٠.٥١ %		
لان المجتمع فى حاجة إلى الاجتهاد فى قضايا العصر	١٠٥	٠.٤١ %		
لعجز الخطاب الديني الحالى عن تلبية حاجات الجماهير ورغباتهم	١٠٥	٠.٣٩ %		
يحتاج الخطاب الديني الى لغة أكثر سهولة	١٠٥	٠.٣٨ %		
لمواكبة ومواجهة ما يسمى بصراع الحضارات	١٠٥	٠.٢٩ %		
لا يعكس الخطاب الديني الحالى روح الإسلام	١٠٥	٠.٢٢ %		
أسباب أخرى	١٠٥	٦.١ %		

بقراءة بيانات الجدول السابق يتبين ما يلي :

* قالت نسبة ٦٠ % من القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية بالراديو والتليفزيون المصرى عينة الدراسة إن أسباب موافقتهم على تجديد الخطاب الديني هو وجود فهم خاطئ لدى الغرب عن الإسلام فى حين أن نسبة ٠.٥١ % ترى أن إبراز الوجه الحضارى للإسلام والمسلمين هو سبب موافقتهم على تجديد هذا الخطاب وذلك يرجع إلى أن الإسلام يتعرض لحملة شرسة من جانب الإعلام الدولى وتوجيه الاتهامات الظالمة له وللمسلمين كما يساء إليه من بعض اتباعه الذين يقومون باسم الدين بتصرفات حمقاء لا صلة لها بالإسلام .

* ترى نسبة ٠.٤١ % أن المجتمع فى حاجة الى الاجتهاد فى قضايا العصر .

* إن نسبة ٠.٣٩ % من عينة الدراسة ترى أن عجز الخطاب الديني الحالى عن تلبية حاجات الجماهير ورغباتهم هى سبب فى موافقتهم على تجديد الخطاب الديني فى البرامج الدينية بالراديو والتليفزيون المصرى .

* ترى نسبة ٠.٣٨ % أن سبب موافقتها على تجديد الخطاب الديني بالراديو والتليفزيون المصرى هو ان هذا الخطاب يحتاج الى لغة أكثر سهولة فى حين ترى نسبة ٠.٢٩ % من عينة الدراسة أن تجديد الخطاب الديني ضروري لمواكبة ومواجهة ما يسمي بصراع الحضارات وترى نسبة ٠.٢٢ % أن الخطاب الديني الحالى لا يعكس روح الإسلام .

* إن نسبة ٦.١ % من القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية بالراديو والتليفزيون المصرى ترى أن هناك أسباباً أخرى لتجديد الخطاب الديني تتمثل فى :

– مواكبة التطور وحاجات المجتمع المتغيرة والمتجددة وليبقى الإسلام فى القمة دائما .

– الخطاب الديني الحالى جامد وغير متطور ويركز على الوعظ أكثر من تركيزه على تثقيف الجماهير دينيا وتعريفهم بهوية الإسلام كما أن معدى البرامج الدينية وضيوفهم ثابتين لا يتغيرون ولا يظهرون أى اجتهاد للقضايا والمسائل العصرية الحديثة .

– تصحيح نظرة الغرب للإسلام .

– قلة الدعاة المثقفين دينيا وعدم قدرة الأئمة على ربط المفاهيم الدينية بالتطبيق العملى على أرض الواقع وعدم وعيهم بما يحتاجه الناس.

– القائمون بالاتصال الديني من خريجي الأزهر يحتاجون إلى تطوير مناهجهم الدراسية .

– لا يعبر الخطاب الحالى عن الإسلام بمفهومه الكامل الشامل .

–– ارتباط الخطاب الديني بالوعظ أكثر من ممارسة سلوكيات الإسلام .

– لربط قضايا العصر بالدين الإسلامى ولإيضاح أن ديننا الحنيف صالح لكل زمان ومكان .

* أثبتت قيمة كا٢ (٥٤.٢٨) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية لأسباب موافقة القائمين بالاتصال على تجديد الخطاب الديني .

س٣ : أسباب عدم موافقة القائم بالاتصال فى البرامج الدينية بالإذاعة والتليفزيون المصرى على تجديد الخطاب الدينى :

جدول رقم (٤)

أسباب عدم الموافقة على تجديد الخطاب الديني	النسبة المئوية	كا٢	الدلالة
يتحدث الخطاب الديني عن حقائق مطلقة	٠.٠٠٩٥ %		
تجديد الخطاب الديني قد يمس جوهر الدين وقدسية النص	٠.٠٠٩٥ %		
الخطاب الدينى يتناول مقدسات لا يجرؤ احد على	٠.٠٠٩٥		

مناقشتها كالقرآن الكريم والأحاديث النبوية		٠.٠٠٠	١
تجديد الخطاب الديني قد يمس الهوية الثقافية للأمة الإسلامية	٠.٠٠٩٥		
جملة من سئلوا	١٠٥		

نتائج الجدول السابق تشير إلى :

* إن نسبة ٠.٠٠٩٥ % من القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية عينة الدراسة يرون أن عدم موافقتهم على تجديد الخطاب الديني بالراديو والتليفزيون المصري يرجع إلى أن الخطاب الديني يتحدث عن حقائق مطلقة فى حين أن النسبة نفسها ترى أن تجديد الخطاب الديني قد يمس جوهر الدين وقدسية النص ويتناول مقدسات لا يجرؤ احد على مناقشتها كالقرآن الكريم والأحاديث النبوية وأن تجديد الخطاب الديني قد يمس الهوية الثقافية للأمة الإسلامية.

* بلغت قيمة كا٢ (٠.٠٠٠) مما يثبت عدم وجود أى علاقة ارتباطية بين تجديد الخطاب الديني فى البرامج الدينية بالراديو والتليفزيون المصرى واتجاهات القائمين بالاتصال فى هذه البرامج نحو تجديد هذا الخطاب .

س٤ : رؤية القائم بالاتصال فى البرامج الدينية بالإذاعة والتليفزيون المصرى لصفات الخطاب الدينى الجديد :

* أن يكون الخطاب الديني الجديد فى البرامج الدينية بالإذاعة والتليفزيون المصرى واضحاً وسهلا وميسرا وجذابا ومتمشيا مع صحيح الدين ومواكبا للتقدم الذى يشهده العالم كله الآن وملائماً للأحداث الجارية .

* أن يبدأ تجديد هذا الخطاب تجديدا تصاعديا من الجزئيات البسيطة المتعلقة بالسلوكيات اليومية لكل المؤمنين صعودا إلي الكليات الكبري المتعلقة بالتصورات العامة عن الكون أو عن المجتمع والأمة أو عن الآخرين أو عن تكوين الإنسان الفرد وعلاقاته بالعالم وبالآخرين وحواره معهم .

* لابد من انتقاء الشخصيات ذات التأثير والإقناع لدى المتلقى عند تقديم الخطاب الديني على أن تكون هذه الشخصيات من أساتذة متخصصين وعلماء من الأزهر الشريف .

* لابد أن يتمسك الخطاب الجديد بالأصول حسب ما جاء فى الكتاب والسنة والمذاهب الأربعة ويعطى الفرصة لاجتهادات عصرية للعلماء .

* لابد من الاستفادة بمسلمى الغرب من أصول غربية فى تقديم برامج دينية تناسب مجتمعاتهم

* خطاب قائم على الحوار والثقافة السمحة ويناقش أهم القضايا الدينية بأسلوب يفهمه المسلم وغير المسلم وألا يتعرض لخصوصية الأديان بطريقة تسئ إلي أحد .

* يتم تقديم الخطاب الديني الجديد من خلال دراما إذاعية وتليفزيونية تتناول مواقف من حياتنا المعاصرة بما فيها من أخطاء وسلبيات ورأى الدين فيها مستشهدين فيها بالقرآن الكريم وأحاديث رسول الله صلى الله عليه وسلم وليكن عنوان هذه الحلقات " صور مقبولة و صور مرفوضة فى الإسلام .

* أن يربط هذا التجديد فى الخطاب الديني بين العلم والدين وعدم إرجاع الأحداث إلى مسببات متخلفة وان يبعد الخطاب عن الشعوذة والدجل .

* التصدى للقضايا الجديدة التى ظهرت على الساحة الإقليمية والدولية والاجتهاد فى عرضها وحلها .

* سهولة اللغة والأسلوب التى يبث بها الخطاب الديني حتى يفهمها جميع الناس .

* أن يكون الراديو والتليفزيون غير خاضعين للدولة أو لهيئة رسمية .

* خطاب عقلانى يبشر أكثر مما ينفر هادئ غير متشنج يناقش الأمور الجوهرية التى تمس حياة البشر الحالية متفهم لمستجدات العصر الحديث بأسلوب سلس سهل يوجز القصد دون تطويل ويهتم بالجديد فى العالم ويراعى المستجدات السياسية ويعبر عن الروح الحقيقية للإسلام والمسلمين ويوضح بدون موارية ولا مجاملة ما آل إليه حال الإسلام والمسلمين عارضا بكل وضوح ما يجب أن ننجزه لكى نستحق أن نكون مسلمين .

* أن يفتح الراديو والتليفزيون أبوابه للدعاة الشباب والمتخرجين من معاهد متخصصة فى الدعوة لأنهم يوضحون جوهر الدين بأسلوبهم السهل والمستند إلى الكتاب والسنة .

* أن يمس المواطن فى حياته اليومية ويناقش قضاياه المعاصرة .

* أن يلائم جميع العناصر والأشخاص ويخاطب كافة الأعمار وخصوصا النشئ .

س٥ : رؤية القائم بالاتصال فى البرامج الدينية بالإذاعة والتليفزيون المصرى لخصائص الخطاب الدينى الجديد :

جدول رقم (٥)

خصائص الخطاب الديني الجديد	النسبة المئوية	كا٢	الدلالة
خطاب يواكب اختلاف العصور ويحتوى اختلاف البيئات ويستوعب اختلاف القضايا ويناسب اختلاف المخاطبين ويستعمل الوسائل المناسبة لهم	٦١ %		

خطاب ملم بقضايا الأمة الإسلامية وقضايا العالم	٥٥ %	٣٦	٠.٠٠٠
خطاب مرن غير جامد	٤٤ %		
يستخدم الأسلوب المناسب معهم ولعصرهم	٤٠ %		
خطاب ملم بلغات الآخرين وثقافاتهم وفهم مواقفهم من الإسلام	٤١ %		
خطاب قادر على التعليم والتثقيف الدينى	٤٣ %		
يراعى ثقافة الشعوب الإسلامية	٣٤ %		
خطاب قادر على التغيير المنشود إلى الأفضل فى النفوس والمجتمعات	٣٨ %		
خطاب يعرف كيف يفكر الآخرون وملم بأسلوب حياتهم الاقتصادى والاجتماعى والحضارى	٥٠ %		
جملة من سئلوا	١٠٥		

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي :

* ترى نسبة ٦١ % من القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية أن خصائص الخطاب الدينى الجديد فى الإذاعة والتليفزيون المصرى يجب أن يواكب اختلاف العصور ويحتوى اختلاف البيئات ويستوعب اختلاف القضايا ويناسب اختلاف المخاطبين ويستعمل الوسائل المناسبة لهم فى حين ترى نسبة ٥٥ % أن يكون الخطاب ملماً بقضايا الأمة الإسلامية وقضايا العالم.

وقالت نسبة ٥٠ % بأن يكون الخطاب يعرف كيف يفكر الآخرون وملم بأسلوب حياتهم الاقتصادى والاجتماعى والحضارى .

* ترى نسبة ٤٤ % أن يكون الخطاب مرنا غير جامد .

* قالت نسبة ٤٣ % إن الخطاب يجب أن يكون قادراً على التعليم والتثقيف الدينى .

* ونسبة ٤١ % يرون أن يكون الخطاب ملماً بلغات الآخرين وثقافاتهم وفهم مواقفهم من الإسلام .

* قالت نسبة ٤٠ % إن خصائص الخطاب الديني الجديد يجب أن يستخدم الأسلوب المناسب معهم ولعصرهم

* وقالت نسبة ٣٨ % إن الخطاب يجب أن يكون قادراً على التغيير المنشود إلى الأفضل فى النفوس والمجتمعات

* وتقول نسبة ٣٤ % إن الخطاب الجديد يجب أن يراعى ثقافة الشعوب الإسلامية

* بلغت قيمة كا٢ (٣٦) مما يشير إلى عدم وجود أية دلالة إحصائية .

س٦ : رؤية القائم بالاتصال فى البرامج الدينية بالإذاعة والتليفزيون المصرى للشخصيات التى يتم استضافتها فى البرامج الدينية ومدى قدرتها على تقديم خطاب دينى متجدد ومقنع :

جدول رقم (٦)

الاستجابة	التكرارات	النسبة المئوية	كا٢	الدلالة
نعم	١٣	%١٢.٤		
إلى حد ما	٧٥	%٧١.٤		
لا	١٧	% ١٦.٢	٦٨	٠.٠٠
جملة من سئلوا	١٠٥	% ١٠٠		

من بيانات الجدول السابق يتضح ما يلي :

* قالت نسبة ٧١.٤ % من القائمين بالاتصال فى الإذاعة والتليفزيون إن الشخصيات التى يتم استضافتها فى البرامج الدينية قادرة إلى حد ما على تقديم خطاب دينى متجدد ومقنع فى حين الذين قالوا نعم إن هذه الشخصيات قادرة على تقديم خطاب متجدد ومقنع بلغت نسبتهم ١٢.٤ % .

* نسبة ١٦.٢ % القائمين بالاتصال عينة الدراسة هم الذين عارضوا وقالوا إن الشخصيات التى يتم استضافتها فى البرامج الدينية فى الإذاعة والتليفزيون المصرى غير قادرة تماماً على تقديم خطاب دينى متجدد ومقنع .**لأن علماء الدين أثناء أحاديثهم الإذاعية يتحدثون بلغة بعيدة عن التداول اليومي للمواطن العادي. بل إنهم يتكلمون بأسلوب المعلم لتلاميذه وهذا ما يبعث على الملل والتثاؤب وبالتالي الانقطاع والانفصام بين المتلقي والراديو (٥٤) .**

* بلغت قيمة كا٢ (٦٨) ومستوى دلالة (٠.٠٠) .

س٧ : أهم القضايا والموضوعات التى يجب أن يركز عليها مضمون الخطاب الدينى الجديد فى الراديو والتليفزيون :

جدول رقم (٧)

أهم القضايا والموضوعات	النسبة المئوية	كا٢	الدلالة
توضيح موقف الدين من الأمور الحياتية للمواطن	% ٦٣		
التركيز على موقف الدين من القضايا المعاصرة كالإرهاب والإدمان وحقوق الإنسان	% ٦١		
الدعوة الى التمسك بصحيح الدين	% ٥٧		
التركيز على التسامح الديني مع أصحاب الديانات	% ٥٣		

الأخرى			
إبراز الدور الحضارى للدين وفضله على الحضارات الغربية	٤٢ %	٤٣	٠.٠٠٠
شرح العبادات والهدف منها فى الدنيا والآخرة	٤٢ %		
التركيز على موقف الدين من أصحاب الديانات الأخرى	٣٣ %		
قضايا أخرى	٥ %		
جملة من سئلوا	١٠٥		

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي :

* ترى نسبة ٦٣ % من القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية عينة الدراسة أن قضية توضيح موقف الدين من الأمور الحياتية للمواطن من أهم القضايا والموضوعات التى يجب ان يركز عليها مضمون الخطاب الدينى الجديد فى الراديو والتليفزيون المصرى .

* أما نسبة ٦١ % من القائمين بالاتصال فترى أن التركيز على موقف الدين من القضايا المعاصرة كالإرهاب والإدمان وحقوق الإنسان من أهم القضايا والموضوعات التى يجب أن يركز عليها مضمون الخطاب الدينى الجديد فى الراديو والتليفزيون .

* تقول نسبة ٥٧ % من عينة الدراسة إن الدعوة إلى التمسك بصحيح الدين تعد من أهم القضايا والموضوعات التى يجب ان يركز عليها مضمون الخطاب الدينى الجديد فى الراديو والتليفزيون .

* ترى نسبة ٥٣ % من القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية أن التركيز على التسامح الديني مع أصحاب الديانات الأخرى يعد من أهم القضايا والموضوعات التى يجب ان يركز عليها مضمون الخطاب الدينى الجديد فى الراديو والتليفزيون .

* إبراز الدور الحضارى للدين وفضله على الحضارة الغربية يعد من أهم القضايا والموضوعات التى يجب ان يركز عليها مضمون الخطاب الدينى الجديد فى الراديو والتليفزيون حيث قالت بذلك نسبة ٤٢ % من عينة الدراسة .

* قالت نسبة ٤٢ % من القائمين بالاتصال إن قضية شرح العبادات والهدف منها فى الدنيا والآخرة تعد من أهم القضايا والموضوعات التى يجب أن يركز عليها مضمون الخطاب الدينى الجديد فى الراديو والتليفزيون .

* ترى نسبة ٣٣ % من عينة الدراسة أن قضية التركيز على موقف الدين من أصحاب الديانات الأخرى تعد من أهم القضايا والموضوعات التى يجب أن يركز عليها مضمون الخطاب الدينى الجديد فى الراديو والتليفزيون .

* ترى نسبة ٥ % من عينة الدراسة أن هناك قضايا أخرى يجب أن يركز عليها مضمون الخطاب الدينى الجديد فى الراديو والتليفزيون وهى :

* التركيز على القضايا التى تواجه المجتمع العربى ولا يوجد حل لها .

* قضية كيف يكون المسلم عنوانا للرقى الأخلاقى والحضارى كما أمر الإسلام فى البلاد غير الإسلامية .

*قضية كيفية التطبيق العملى لقواعد الإسلام من خلال السلوك الذى يسلكه المسلم مع باقى أفراد المجتمع .

* قضية المعاملات فى الإسلام – البنوك والفرق بينها وبين الربا – الزواج فى الإسلام –النفاق والخداع والغش خاصة إننا نعيش فى عصر يموج بالفتن والاضطرابات ويحتاج إلى توضيح المفاهيم المعاصرة التى نعيشها حاليا وتختلف عن سالف العصر .

* قضية إحياء التراث الديني الإسلامي والتعريف بالمجهودات الجبارة للعلماء المسلمين فى الحفاظ على صحيح الدين وإعجاز الإسلام وروحانياته التى لا تتعارض مع العلم الحديث .

* قضية استخدام الدين فى التنمية وتوضيح نظرة الإسلام للإنسان والكون والعلم والحياة .

* الاهتمام بفقه الأقليات .

* بيان المضمون الصحيح للدين القرآن والسنة وبيان مقاصد الشريعة وسماحة الإسلام وأن هذا الكتاب لا يغادر صغيرة ولا كبيرة إلا أحصاها .

* موقف الدين من القضايا المعاصرة كالإرهاب والإدمان وحقوق الإنسان وإظهار هذه المواقف بصورة دينية متسامحة ولا نقف عند إننا ندين أو نشجب .

س٨ : رؤية القائم بالاتصال فى البرامج الدينية بالإذاعة والتليفزيون المصرى لأفضل وسيلة إعلامية ملائمة لتقديم خطاب دينى جديد :

جدول رقم (٨)

الوسيلة الإعلامية	النسبة المئوية	كا٢	الدلالة
التليفزيون الارضى	٥٩ %	٤٣	٠.٠٠
الفضائيات	٦٣ %		
الانترنت	٤٥ %		
الراديو	١٥ %		
الصحف	٢٧ %		
وسائل إعلامية أخرى	٩.٣ %		
جملة من سئلوا	١٠٥		

بيانات الجدول السابق تشير إلى ما يلي :

* تقول نسبة ٦٣ % من القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية إن أفضل وسيلة إعلامية ملائمة لتقديم خطاب دينى جديد هى القنوات التليفزيونية الفضائية فى حين ترى نسبة ٥٩ % أن القنوات التليفزيونية الأرضية هى أفضل وسيلة .

* ترى نسبة ٤٥ % من عينة الدراسة أن شبكة الإنترنت هى أفضل وسيلة إعلامية ملائمة لتقديم خطاب دينى جديد .

* إن نسبة ١٥ % من القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية ترى أن الراديو هو أفضل وسيلة إعلامية ملائمة لتقديم خطاب دينى جديد .

* قالت نسبة ٢٧ % من عينة الدراسة إن الصحف تعد أفضل وسيلة إعلامية ملائمة لتقديم خطاب دينى جديد .

* ترى نسبة ٩.٣ % من القائمين بالاتصال إن هناك وسائل أخرى تعد أفضل وسيلة إعلامية ملائمة لتقديم خطاب دينى جديد وهى :

* الاستعانة بالمعلمين المتخصصين كل فيما يخصه ونقل صور من هذه الاستفادة من داخل المدارس والجامعات .

* المدرسة والجامعة والمسجد والنادى ومراكز الشباب والمنتديات الفكرية وكل التجمعات .

* برامج الكمبيوتر المتخصصة والأفلام الكارتونية الموجهة للأطفال وشرائط التسجيل والاسطوانات المضغوطة c d .

* إرسال بعثات من خلال الأزهر إلى مختلف الدول الأوربية .

* عقد ندوات فى المساجد مع كبار الشيوخ والدعاة ذوى الأسلوب السهل المقنع .

* الكتب المبسطة للمفهوم الصحيح للدين وإصدار مجلات إسلامية ذات تقنية عالية فى الشكل والمضمون .

* إنتاج أفلام عالمية ومسلسلات ذات مستوى جيد والاتصال المباشر بالغرب .

* قيمة كا٢ (٤٣) ودلالة إحصائية (٠.٠٠) .

س٩ : رؤية القائم بالاتصال فى البرامج الدينية بالإذاعة والتليفزيون المصرى لأفضل الأشكال البرامجية الملائمة لتقديم الخطاب الدينى الجديد :

جدول رقم (٩)

الأشكال البرامجية	النسبة المئوية	كا٢	الدلالة
البرامج الحوارية	٥٤ %	٤٢	٠.٠٠
برامج الندوات والمناقشات	٦١ %		
برامج التحقيقات الإذاعية	٢٣ %		
برامج الأحاديث المباشرة	٣٠ %		

برامج اخرى	٥.٦ %		
جملة من سئلوا	١٠٥		

بقراءة بيانات الجدول السابق يتضح ما يلي :

* ترى نسبة ٦١ % من القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية أن برامج الندوات والمناقشات هى أفضل الأشكال البرامجية الملائمة لتجديد الخطاب الدينى فى الراديو والتليفزيون المصرى

* أما نسبة ٥٤ % من عينة الدراسة فترى أن البرامج الحوارية هى أفضل الأشكال البرامجية الملائمة لتجديد الخطاب الدينى فى الراديو والتليفزيون .

* تقول نسبة ٢٣ % من القائمين بالاتصال إن برامج التحقيقات الإذاعية هى أفضل الأشكال البرامجية الملائمة لتجديد الخطاب الدينى فى الراديو والتليفزيون .

* نسبة ٣٠ % من عينة الدراسة ترى أن برامج الأحاديث المباشرة هى أفضل الأشكال البرامجية الملائمة لتجديد الخطاب الدينى فى الراديو والتليفزيون .

* ترى نسبة ٥.٦ % من القائمين بالاتصال أن هناك أشكال برامجية أخرى ملائمة لتقديم الخطاب الدينى الجديد فى الراديو والتليفزيون المصرى وهى :

*التمثيليات والأفلام لأنها تجذب المشاهد والمستمع .

* البرامج الخاصة عن حياة الصحابة والتابعين والبرامج الوثائقية .

* سؤال من المستمع أو المشاهد والرد عليه مباشرة مثل برامج الفتاوى الدينية .

* الندوات المباشرة فى الأندية الاجتماعية .

* الدراما .

* البرامج الحية التى تذاع على الهواء مباشرة .

* استخدام التليفون لاستقبال مداخلات وأسئلة المشاهدين .

* بلغت قيمة كا٢ (٤٢) ودلالة إحصائية (٠.٠٠) .

س١٠ : رؤية القائم بالاتصال فى البرامج الدينية بالإذاعة والتليفزيون المصرى لكيفية تفعيل الخطاب الدينى فى الراديو والتليفزيون الموجه للجماهير فى الداخل :

جدول رقم (١٠)

كيفية تفعيل الخطاب الديني الموجه للجماهير فى الداخل	النسبة المئوية	كا٢	الدلالة
من خلال استضافة رجال دين مؤهلين وفاعلين فى مجال الدعوة الإسلامية	٧٩ %		
من خلال دورات تدريبية لمعدى ومقدمى البرامج الدينية	٤٨%	٦١	٠.٠٠
من خلال الاستعانة بالتقنيات الحديثة فى انتاج البرامج الدينية	٣٩%		

من خلال إنتاج خطاب دينى يراعى طبيعة وتفكير ولغة الجماهير	٤٦ %		
من خلال إنتاج خطاب ديني يستوعب المستجدات العلمية والتكنولوجية الحديثة	٤٣ %		
من خلال استبعاد الدعاة الحكوميين من البرامج الدينية بالراديو والتليفزيون	٣٦ %		
من خلال عوامل أخرى	٤.٣ %		
جملة من سئلوا	١٠٥		

من بيانات الجدول السابق يتضح ما يلي :

* ترى نسبة ٧٩ % من القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية أن تفعيل الخطاب الديني الموجه للجماهير فى الداخل يتم من خلال استضافة رجال دين مؤهلين وفاعلين فى مجال الدعوة الإسلامية .

* فى حين ترى نسبة ٤٨ % من نفس عينة الدراسة أن تفعيل الخطاب الديني الموجه للجماهير فى الداخل يتم من خلال دورات تدريبية لمعدى ومقدمى البرامج الدينية فى الإذاعة والتليفزيون المصرى .

* بينما ترى نسبة ٤٦ % أن تفعيل الخطاب الديني الموجه للجماهير فى الداخل يتم من خلال إنتاج خطاب دينى يراعى طبيعة وتفكير ولغة الجماهير .

* إن نسبة ٤٣ % من القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية قالت إن تفعيل الخطاب الديني الموجه للجماهير فى الداخل لا يتم إلا بإنتاج خطاب ديني يستوعب المستجدات العلمية والتكنولوجية الحديثة .

* تقول نسبة ٣٩ % من القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية إن تفعيل الخطاب الديني الموجه للجماهير فى الداخل لا يتم إلا من خلال الاستعانة بالتقنيات الحديثة فى إنتاج البرامج الدينية فى الإذاعة والتليفزيون المصرى .

* ترى نسبة ٣٦ % من القائمين بالاتصال أن استبعاد الدعاة الحكوميين من البرامج الدينية بالراديو والتليفزيون المصرى ضرورى لتفعيل الخطاب الديني الموجه للجماهير داخلياً .

* تقول نسبة ٤.٣ % من عينة الدراسة إن تفعيل الخطاب الديني الموجه للجماهير فى الداخل يتم من خلال عوامل أخرى هى :

* الأسوة الحسنة وسلوكيات المسلم النموذجية الفعالة .
*استبعاد الدعاة الحكوميين لأن رأيهم يميل لوظيفتهم فقط .
* التركيز على القضايا التى تمس حياة المواطن اليومية على كافة الأعمار والمستويات
* المحاضرات لطلاب الجامعات والمدارس .

* من خلال لغة بسيطة ومقنعة للشباب .

* الإنتاج المميز حيث لم ير النور حتى الآن اى برنامج ديني إنتاج متميز سواء فضائى أو أرضى .

*استضافة رجال دين ذوى آراء معتدلة وثقات يناقشون الأمور بعقل مستتير .

* اختيار فريق عمل جيد ملم بالموضوع الذى يطرحه بشكل جيد .

* من خلال مقدم برامج مؤهل وملم بجميع المستجدات والقضايا الدينية المعاصرة .

* الاختيار الجيد لمقدمى البرامج الدينية شكلا ومضمونا .

* إقامة ندوات مع رموز الدين قريبين إلى قلوبهم وتفاعلهم معهم وإقامة ندوات مع مفكرين ودعاة مع مراعاة تفاعل الجماهير معهم من خلال المناقشات .

* بلغت قيمة كا٢ (٦١) ومستوى الدلالة (٠.٠٠) .

س١١ : رؤية القائم بالاتصال فى البرامج الدينية بالإذاعة والتليفزيون المصرى لكيفية تفعيل الخطاب الديني الموجه للجماهير الأجنبية :

جدول رقم (١١)

كيفية تفعيل الخطاب الديني الموجه للجماهير الأجنبية	النسبة المئوية	$كا^2$	الدلالة
إنتاج برامج بكل اللغات الحية للتعريف بالإسلام ونشرها فى وسائل الإعلام العالمية	٧٦ %	٦٥	٠.٠٠
من خلال إنتاج برامج عربية إسلامية فاعلة ومترجمة	٥٩ %		
من خلال تبادل برامجى ديني مع أجهزة الإعلام الأجنبية	٣٦ %		
من خلال الدعوة الى فتح باب الاجتهاد الديني داخليا وخارجيا	٢٧ %		
عوامل أخرى	٦.٥ %		
جملة من سئلوا	١٠٥		

بيانات الجدول السابق تشير الى ما يلي :

* تقول نسبة ٧٦ % من القائمين بالاتصال (عينة الدراسة) إن تفعيل الخطاب الديني الموجه من الراديو والتليفزيون المصرى للجماهير الخارجية يتم من خلال إنتاج برامج بكل اللغات الحية

للتعريف بالإسلام ونشرها فى وسائل الإعلام العالمية . فى حين ترى نسبة ٥٩ % أن ذلك لا يتم إلا من خلال إنتاج برامج عربية إسلامية فاعلة ومترجمة .

* نسبة ٣٦ % من عينة الدراسة ترى أن تفعيل الخطاب الديني الموجه من الراديو والتليفزيون المصرى للجماهير الخارجية لا يتم إلا من خلال تبادل برامجى ديني مع أجهزة الإعلام الأجنبية فى حين أن نسبة ٢٧ % ترى أن ذلك لا يتم إلا من خلال الدعوة إلى فتح باب الاجتهاد الديني داخليا وخارجيا .

*** إن نسبة ٦.٥ % من القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية ترى أن هناك عوامل أخرى لتفعيل الخطاب الديني الموجه من الراديو والتليفزيون المصرى للجماهير الأجنبية وهى :**

* استخدام التقنيات الحديثة فى توجيه الخطاب الديني وإرسال كوادر من الدعاة الأزهريين والمثقفين دينيا وغير متعصبين فى بعثات إلى الخارج ويجيدون اللغات الأجنبية .

* استضافة مقدمى برامج ومتحدثين من مسلمى الغرب فى البرامج الدينية بالإذاعة المصرية.

* استضافة المفكرين والمؤرخين الغربيين الذين انصفوا الإسلام وعرضوا صورته الحقيقية أمام الغرب فى البرامج الدينية .

* إنتاج برامج عن رسولنا الكريم تبين سماحته وتعامله مع أهل الكتاب .

* ترجمة علوم الدين المبسطة الى عدة لغات سواء كانت كتبا أو شرائط أو سيديهات .

* إنشاء مواقع إسلامية باللغات الأجنبية على الانترنت للتعريف بالإسلام .

* إنتاج برامج باللغات المختلفة تناهض المفاهيم الخاطئة التى تلصق بالإسلام وإبراز الوجه السمح المشرق للإسلام) ٠

* بلغت قيمة كا٢ المحسوبة (٦٥) وهى أقل بكثير من قيمة كا٢ الجدولية (٩٤.٨٧) عند درجة حرية (٤) مما يؤكد وجود دلالة إحصائية بين وجود خطاب دينى فعال موجه من الراديو والتليفزيون المصرى ومدى إقبال الجماهير الأجنبية على هذا الخطاب .

س١٢ : مدى اهتمام القائم بالاتصال فى البرامج الدينية بالإذاعة والتليفزيون المصرى بأفكار وآراء السلف الصالح :

جدول رقم (١٢)

الاستجابة	التكرارات	النسبة المئوية	كا٢	الدلالة
نعم	٩٤	٨٩.٥ %	٦٦	٠.٠٠
لا	١١	١٠.٥ %		
جملة من سئلوا	١٠٥	١٠٠ %		

بقراءة بيانات الجدول السابق يتضح ما يلي :

* قالت نسبة ٨٩.٥ % من القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية بالراديو والتليفزيون المصرى إنهم يهتمون بأفكار وآراء السلف الصالح عند تقديمهم هذه البرامج مقابل نسبة ١٠.٥ % يؤكدون بأنهم لا يهتمون بأفكار وآراء السلف الصالح فى برامجهم الدينية .

* توجد بعض الآراء التى تقول إن إهمال الماضى كله خطأ فادح والاعتماد عليه كلية خطأ فادح أيضاً .

* بلغت قيمة كا٢ المحسوبة (٦٦) وهى أكبر بكثير من قيمة كا٢ الجدولية التى بلغت (٣٨.٤١) عند درجة حرية (١) وهى قيمة دالة إحصائياً .

س١٣ : السلف الصالح الذين يهتم بفكرهم وآرائهم القائم بالاتصال فى البرامج الدينية بالإذاعة والتليفزيون المصرى :

جدول رقم (١٣)

السلف الصالح	النسبة المئوية	كا٢	الدلالة
الشافعى	٧٢ %	٢٤٢	٠.٠٠٠٠
أبو حنيفة	٦٠ %		
مالك	٤٥ %		
محمد عبده	٣٨ %		
ابن حنبل	٣٧ %		
أئمة آخرون	٦.٢ %		
ابن رشد	١٧ %		
سيبويه	٥.٧ %		
الأصمعى	١.٩ %		
جملة من سئلوا	١٠٥		

تشير بيانات الجدول السابق الى ما يلي :

* جاء الإمام الشافعى فى مقدمة أئمة السلف الصالح الذين يهتم بفكرهم وآرائهم القائمون بالاتصال فى الإذاعة والتليفزيون المصرى عند إعدادهم وتقديمهم البرامج الدينية وذلك بنسبة ٢٥.١ % يليه الإمام أبو حنيفة النعمان بنسبة ٢٠.١ % ثم الإمام مالك بنسبة ١٦.٨ % ثم الإمام محمد عبده بنسبة ١٤.٥ % ثم الإمام أحمد ابن حنبل بنسبة ١٢.٧ %

* ذكرت نسبة ٦.٢ % من القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية أنهم يستعينون فى هذه البرامج بأفكار وآراء آئمة آخرون مثل : ابو حامد الغزالى – الشيخ متولى الشعراوى – ابن تيميه – ابن حزم الأندلسى – ابن القيم الجوزية – ابن كثير – الشيخ محمد الغزالى – الأفغانى – الإمام محمد الشوكانى – الإمام محمد الليثى – الإمام النووى – أبى الحسن الاشعرى – الإمام البخارى — ابن الهمام الحنفى – الإمام مسلم – الفحام — الباقورى – حسنين مخلوف – الشيخ جاد الحق على جاد الحق – المعز بن عبد السلام – الشيخ رشيد رضا – ابن دقيق العيد – سيد سابق –– – محمد بن عبد الوهاب – الخليفة عمر بن عبد العزيز – الامام على بن ابى طالب – الشيخ عبد الحليم محمود – القرطبي – ابن رشد – سيبوية – الأصمعى .

* بلغت قيمة كا٢ المحسوبة (١٥.٣٨٨) وهى أكبر بقليل من قيمة كا٢ الجدولية (١٥.٥٠٧) عند درجة حرية (٨) وهى قيمة ذات دلالة إحصائية .

س١٤ : مدى اهتمام القائم بالاتصال فى البرامج الدينية بالإذاعة والتليفزيون المصرى بأفكار وآراء الدعاة والمفكرين الإسلاميين المعاصرين :

جدول رقم (١٤)

الاستجابة	التكرارات	النسبة المئوية	كا٢	الدلالة
نعم	٩٠	٨٥.٧ %	٥٣	٠.٠٠
لا	١٥	١٤.٣ %		
جملة من سئلوا	١٠٥	١٠٠ %		

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي :

* تهتم نسبة ٨٥.٧ % من القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية بالإذاعة والتليفزيون المصرى بأفكار وآراء الدعاة والمفكرين الإسلاميين المعاصرين فى برامجهم فى حين لا تهتم نسبة ١٤.٣ % من العينة بفكر وآراء هؤلاء الدعاة والمفكرين الإسلاميين المعاصرين .

* بلغت قيمة كا٢ المحسوبة (٥٣) وهى قيمة أكبر بكثير من قيمة كا٢ الجدولية (٣٨.٤١) عند درجة حرية (١) مما يدل على وجود دلالة إحصائية ذات قيمة .

س١٥ : المفكرون والدعاة الذين يهتم بفكرهم وآرائهم القائم بالاتصال فى البرامج الدينية بالإذاعة والتليفزيون المصرى :

جدول رقم (١٥)

المفكرون والدعاة	التكرار	النسبة المئوية
الشيخ محمد متولى الشعراوى	٣٤	٢٢.٦ %
الشيخ محمد الغزالى	٢٦	١٧.٣ %
الدكتور يوسف القرضاوى	٢٢	١٤.٦ %

الداعية عمرو خالد	٢٢	١٤.٦ %
الدكتور محمد عمارة	٢١	١٤ %
الدكتور على جمعة	١٣	٨.٦ %
الدكتور أحمد عمر هاشم	٩	٦ %
الشيخ عطية صقر	٦	٤ %
مفكرون ودعاة آخرون	٥	٣.٣ %
جملة من سئلوا	١٥٨	

تشير بيانات الجدول السابق الى ما يلي :

* جاء الشيخ محمد متولى الشعراوى فى مقدمة الدعاة والمفكرين الذين يهتم القائمون بالاتصال فى البرامج الدينية بفكرهم وآرائهم حيث قال بذلك نسبة ٢٢.٦ % من عينة الدراسة يليه الداعية محمد الغزالى بنسبة ١٧.٣ % وتساوت نسبة ١٤.٦ % بين الدكتور يوسف القرضاوى والداعية عمرو خالد .

* قالت نسبة ١٤ % من القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية بالإذاعة والتليفزيون المصرى إنهم يهتمون فى برامجهم بفكر وآراء الدكتور محمد عمارة وقالت نسبة ٨.٦ % من عينة الدراسة انهم يهتمون بفكر وآراء الدكتور على جمعة مفتى الديار المصرية فى حين قالت نسبة ٦ % إنهم يهتمون بفكر الدكتور أحمد عمر هاشم رئيس جامعة الأزهر السابق وقالت نسبة ٤ % إنهم يهتمون بفكر وآراء الشيخ عطية صقر .

* قالت نسبة ٣.٣ % من القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية عينة الدراسة إنهم يهتمون فى برامجهم بفكر وآراء دعاة ومفكرون آخرون وهم : محمد هدايت – الدكتورة عبلة الكحلاوى – الشيخ محمد الراوى – الدكتور زغلول النجار – الدكتور محمد سليم العوا – الدكتور عبد الله شحاته – الدكتور محمد سيد طنطاوى – الدكتور محمد المسير – الشيخ محمد حسان – الدكتور أحمد كمال ابو المجد – الدكتور عمر عبد الكافى – الشيخ وجدى غنيم – الدكتور أحمد حسن الباقورى – الدكتور عبد الصبور شاهين – الدكتور عبد الصبور مرزوق – الدكتور محمود حمدى زقزوق – الدكتور محمد عاشور – أبو الحسن الندوى – – وحيد الدين خان – الدكتور جاد الحق على جاد الحق – الدكتور عبد الحليم محمود – الدكتور صفوت حجازى – طارق سويدان – المفكر المرحوم محمد بلتاجى والمفكر د. محمد المنسي و. د . محمد نبيل غنايم و. د. سيف الدين عبد الفتاح استاذ الاقتصاد والعلوم السياسية جامعة القاهرة – الشيخ محمد العوض من الكويت – خالد محمد خالد – الشيخ محمود شلتوت – المفكر رشدى فكار –– د. محمد رأفت محمود – د . محب الشربيني –– د . احمد شوقى ابراهيم –– د . محمد وهدان –

ابن عثيمين – ابن الباز – د .محمد السيد شحاته –– د . محمد ابو هاشم– محمود عاشور – حسن البنا – سيد قطب – – الشيخ محمد فؤاد شاكر –– د . احمد عبده .

س١٦ : مدى اهتمام القائم بالاتصال فى البرامج الدينية بالإذاعة والتليفزيون المصرى بالمدارس الفكرية الأجنبية :

جدول رقم (١٦)

الاستجابة	التكرارات	النسبة المئوية	كا٢	الدلالة
نعم	٢٧	٢٥.٧ %	٢٤.٧	٠.٠٠
لا	٧٨	٧٤.٣ %		
جملة من سئلوا	١٠٥	١٠٠ %		

بقراءة بيانات الجدول السابق يتضح ما يلي :

* قالت نسبة ٧٤.٣ % من القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية بالإذاعة والتليفزيون المصرى (عينة الدراسة) إنهم لا يهتمون فى برامجهم بالمدارس الفكرية الأجنبية فى حين قالت نسبة ٢٥.٧ % إنهم يهتمون فى برامجهم بهذه المدارس .

* بلغت قيمة كا٢ المحسوبة (٢٤.٧) وهى قيمة أكبر بكثير من قيمة كا٢ الجدولية التى بلغت (٣٨.٤١) عند درجة حرية (١) مما يثبت وجود دلالة إحصائية .

س١٧ : أصحاب المدارس الفكرية الذين يهتم بفكرهم وآرائهم القائم بالاتصال فى البرامج الدينية بالإذاعة والتليفزيون المصرى :

جدول رقم (١٧)

أصحاب المدارس الفكرية الأجنبية	التكرارات	النسبة المئوية	كا٢	الدلالة
فرويد	١٨	٢٧.٩ %	٢٨.٤	٠.٠٠
روسو	١٣.٣	٢٤.٦ %		
فولتير	١٣.٣	٢٣ %		
مونتسيكيو	٤.٧	٩.٨ %		
فوكو	١.٩	٣.٣ %		
آخرون	١٠	١٦.٤%		
جملة من سألوا	١٠٥			

تشير بيانات الجدول السابق الى ما يلي :

* قالت نسبة ٢٧.٩ % من القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية إنهم يهتمون بفكر وآراء فرويد وقالت نسبة ٢٤.٦ % إنهم يهتمون بفكر وآراء روسو وتهتم نسبة ٢٣% بفولتير كما تهتم نسبة ٩.٨ % بمونتسيكيو وتهتم نسبة ٣.٣ % بأفكار وآراء فوكو .

* قالت نسبة ١٦.٤ % من عينة الدراسة إنهم يهتمون بفكر وآراء أصحاب مدارس فكرية أجنبية آخرون وهم : مايكل هارت – برناردشو – مراد هوفمان – على عزت بيجوفيتش – الامير تشارلز – زيجريدهونكه – برتراند راسل – سارتر – جولد تسيهر – ج جومن – ج بالجون – ديكارت – سارتر – هيجل – ماركس – جوته – افلاطون – فوكو ياما .

* كما ذكر بعض القائمين بالاتصال فى إجاباتهم بعض التعليقات مثل : لا يوجد من اهتم به قديما أو حديثا إذ كيف اهتم بفكر فرويد عالم النفس اليهودى – اهتم بأسلوب هذه المدارس لا بفكرها – اعرفهم ولا اهتم بهم .

* بلغت قيمة كا٢ المحسوبة (٢٨.٤) وهى قيمة أكبر من قيمة كا٢ الجدولية (١١.٠٧٠) عند درجة حرية (١) ومستوى معنوية ٥ % .

س١٨ : الصعوبات التى تحد من تجديد الخطاب الدينى كما يراها القائم بالاتصال فى البرامج الدينية بالإذاعة والتليفزيون المصرى :

* عدم التخصص فالمسئولون عن البرامج الدينية بالإذاعة والتليفزيون المصرى معظمهم غير متخصصين وفى حاجة الى تدريب كبير .

* عدم وجود حرية للتعبير حيث توجد الرقابة والحجر على رأى رجال الدين وعدم طرح كل القضايا التى تمس الجمهور فى حياته اليومية بشكل واسع .

* سيطرة الدعاة الحكوميين فى التليفزيون المصرى حيث يقدمون الآراء والفتاوى التى تخدم السياسة .

* مقدمو البرامج الدينية غير مقنعين وغير متعمقين فى القضايا الدينية وملتزمون بالنظم واللوائح ولا توجد أية مرونة لدى بعض القيادات فى البرامج الدينية .

* وجود الموضوعات الشائكة التى تصطدم بالسياسة .

* جمود الفكر وعدم الارتباط بالواقع وعدم تقديم القدوة الصالحة وعدم السماح بدخول افكار جديدة ووجوه جديدة قادرة على إعادة الثقة فى المواد الدينية المقدمة للجمهور والسطحية التى تعالج بها الكثير من البرامج مشاكل المجتمع .

* لا يريد بعض معدي البرامج الدينية وضيوفهم من الدعاة والأئمة الدخول فى بعض الموضوعات الخلافية ويفضلون الموضوعات المكررة حتى لا يتعرضون للمسائلة.

* قلة البرامج الدينية والمسلسلات الدينية عموما وإذاعاتها فى أوقات غير مناسبة إما صباحا والموظفون والطلاب خارج منازلهم أو فى ساعة متأخرة من الليل .

* افتقار المادة الدينية للأسلوب الجذاب لأذن واهتمام المستمع .

* عدم وجود ميزانية كافية للبرامج الدينية .

* التركيز على مجموعة من الدعاة فى البرامج الدينية دون إتاحة المجال لآخرين قد يكون لديهم آراء وفكر متميز .

* عدم الفهم الصحيح للنصوص الدينية وعدم الفهم لمعنى تجديد الخطاب الديني وتمسك بعض القائمين على الخطاب الديني بتفسيرات محدده .

* ضعف الإمكانيات الفنية اللازمة للبرامج الدينية مثل الجرافيك والديكور المناسب .

* نقص الثقافة الدينية فى معرفة الآخر ونقص الدعاة المتحدثين باللغات الأجنبية وندرة الدعاة المؤهلين لذلك وضعف الخريجين من شباب الدعوة .

* عدم الحديث عن القضايا المثارة بطريقة علمية صحيحة وعدم وجود برامج مؤهلة باللغات الأجنبية الحية .

*الاعتماد على الدعاة الموظفين وفرض الرقابة على العلماء المتحدثين واختيار متحدثين لا يجدون القبول لدى المشاهد والمستمع .

* التخبط بين الآراء المتشددة والعلماء المتشددين وبين العلماء الذين يقولون ما لا يفعلون ممن يوجهون الخطاب الديني وإسناد المهمة لغير أهلها .

* قلة وضيق المساحة المخصصة للبرامج الدينية من حيث الكم والمدة فى المحطات الإذاعية الغير متخصصة دينيا ووجود ضوابط فى اختيار الأشخاص ومناقشة الموضوعات . * القيود المفروضة على المعدين والمذيعين والخطوط الحمراء التى يتم وضعها أمامهم .

* تخوف بعض العاملين فى البرامج الدينية من أن يكون التغيير فى الخطاب هدفه إرضاء جهات تقوم بالضغط على الحكومة من أجل التغيير .

* المراقبة الأمنية وسيطرة الدولة على أجهزة وسائل الإعلام ومنع أو استبعاد بعض الدعاة والمفكرين من البرامج الدينية .

* عدم وجود مواعيد ثابتة للبرامج الدينية ووجود تشابه بين معظم البرامج وقلة الخبرة وقلة الإنتاج .

* البرامج الدينية لا تنال الدعم الكافى ماديا وتجاهل المسئولين والقائمين على العمل الإعلامى لقيمة وأهمية البرامج الدينية .

* عدم وجود مكتبة متخصصة وارتفاع أسعار الكتب الدينية مع عدم القدرة على ملاحقة الجديد فى العلم وربطه بالدين والتمسك بحرفية النصوص وليس بالروح العام لها .

وبالإضافة الى الصعوبات السابقة توجد بعض الصعوبات الأخرى يمكن بلورتها فيما يلي (٥٥) :

*أسلوب الإرشاد والوعظ المباشر والاستعلاء في الكلام وطرح الشخصيات والأفكار بطريقة مثالية تبتعد عن الواقع المعاش وهذا يولد إحباطا لدى المتلقي ولا يزرع في قلبه إلا التقديس اللاواعي لرموز وتعاليم الدين ويفرغ التجربة البشرية من محتواها.

* عدم التوازن في كثير مما يعرض من برامج دينية وضآلة العناصر الفنية المستخدمة فيها وبدائية أغلبها وطريقة العرض الكلاسيكية التي لا تقوم على الحوار المباشر مع الجمهور الأمر الذي أنتج نوعا من التلقي السلبي والملل.

* عدم شمولية الخطاب وحصر الإسلام في زوايا محدودة وضيقة وعدم الانفتاح على الآخر ومشاركته في الأمور العمومية أدى إلى ضمور التأثير وبقيت العملية الاتصالية في طور الإثارة والاستفزاز.

* تشتت الخطاب وتعدد قنواته بتأثير الطائفية والمذهبية والحزبية والنمط السياسي القائم في هذه البلاد وتلك أوقع الجمهور المتلقي في خلط مفاهيمي كبير وتشويش فكري وحالة من الإيهام المعرفي.

* طغيان لغة الفرض والترهيب وغياب الترغيب كمعادل موضوعي أفقد الخطاب الديني القدرة على الوصول الآمن إلى عقل وقلب الجمهور الهدف فضلا عن تسيد الموقف.

* الازدواجية التي تعيشها وسائل الإعلام وخشيتها من الإسلام وبروز تقابلية (الديني واللاديني) في معظم البرامج التي تبثها أدى توهين الخطاب الديني والنظر إليه بموازاة أو مجاراة الخطاب اللاديني.

* انحسار الفترة الدينية في أغلب المحطات الإذاعية وصغر مساحة البرامج ذات الصبغة الدينية قياساً بالبرامج الترفيهية والفترات المنوعة دفع بالجمهور إلى الانصراف عن متابعة الخطاب الديني من خلال تلك المحطات الإذاعية.

س١٩ : مقترحات القائم بالاتصال فى البرامج الدينية بالإذاعة والتليفزيون المصرى لتجديد وتطوير الخطاب الدينى :

* اختيار الشخصيات التى توجه الخطاب بدقة متناهية وباستطلاع الرأى لاختيارهم .

* أن يكون الخطاب الدينى معبرا عن الإسلام بحرية تامة ويوضح للغرب كيف يكون الإسلام وسماحته وسماحة رسوله .

* إعطاء الخطاب الديني الوقت الكاف والمناسب والتحدث بوضوح وبدون غموض حتى لا يحدث خلط فى الفهم .

* تأهيل مقدمى البرامج الدينية بشكل جيد ورفع الوصاية الحكومية من البرامج الدينية واستحداث أساليب وأدوات عصرية فى البرامج واستخدام متحدثين دينيين من دول أخرى شرقا وغربا لان الإسلام دين عالمى .

* وضع استراتيجية للإعلام الديني تتواكب مع العصر ودراسة فكر المجتمع الغربى ومعرفة كيف يفكر وتدريب كوادر إعلامية ودفع مرتبات مناسبة للإعلاميين .

* تقديم وجوه جديدة فى مجال الدعوة قادرة على جذب وشد الانتباه وتسهيل لغة الحوار وربط القضايا الدينية بقضايا الحياة واختيار العلماء والدعاة الذين يحظون بثقة الجمهور وقبولهم وإتاحة اكبر قدر من الحرية لمناقشة كافة القضايا المعاصرة .

* أن تكون هناك مساحة من الحرية لمعدي البرامج الدينية لمناقشة القضايا التى تهم المستمع بطريقة سهلة وواضحة وتوضح الرأى والرأى الآخر وتقديم برامج حوارية تهم المشاهد والمستمع معاً .

* تنوع البرامج ما بين حوارية وتمثيلية وإعلانية وضرورة تناولها لمشكلات الحياة المعاصرة وكيفية تناول الدين لها مع توضيح أسلوب الترغيب والترهيب والإكثار من سير الصالحين . * توضيح الخطاب الديني من خلال علماء ودعاة متخصصين وزيادة مدة بث البرامج الدينية والإكثار من عقد الندوات الدينية فى أماكن تجمع الجماهير ونقل مجالس العلم من المساجد . * إتاحة الفرصة للمعدين والمخرجين للتطوير وإعطائهم مساحة مناسبة ووقت وتكنولوجيا ليستفيد المشاهد ومجاراة العصر فى الشكل والمضمون والإنتاج المميز ونقل الحدث من موقعه والتجديد فى الضيوف والتجديد فى المضمون ومواكبة التطور واستخدام التقنيات الحديثة .

* تغيير السياسة الإعلامية وتغيير شامل فى جميع قطاعات الدولة وإعطاء الثقة لعلماء الدين خاصة لأصحاب الرأى المخالف ولمن لهم اتجاه سياسي وإبراز قيم الإسلام وتعاليمه التى تشتمل عليها مصادر الإسلام الأساسية التى قدمت الكثير من العطاء الحضارى .

* إنشاء قنوات إذاعية وفضائية تتبنى فكرة التجديد وتحديد معناه عن طريق مجموعة من العلماء القادرين على تحرير اللفظ وبيان الآليات لهذا التجديد وإقصاء الجانب الرسمي عن هذا الموضوع .

* التخفيف من القبضة الأمنية الذى يعوق استضافة بعض الشخصيات والتنويع فى ضيوف البرامج والدعم المالى لإنتاج البرامج الدينية بالشكل المناسب .

* إلغاء الرقابة الذاتية وفتح باب الاجتهاد فى الأمور المعاصرة والابتعاد عن الضيوف التقليديين .

* اختيار الأوقات المناسبة لإذاعة البرامج الدينية والتشجيع على إنتاج برامج متميزة بميزانيات لائقة ورفع الرقابة وتفعيل ميثاق الشرف الإعلامى ومشاركة الجمهور فى هذه البرامج من جميع الأعمار .

* إعداد وتدريب العاملين فى مجال إعداد وإخراج وإنتاج البرامج الدينية .

* تشجيع الشباب ودعوتهم لحضور ندوات ومناقشات مع المفكرين والدعاة وأن يتحدث مع الشباب بطريقة أكثر سهولة والاعتماد على الترغيب وليس الترهيب .

* إنتاج خطاب ديني يستوعب المستجدات العلمية وقادر على إحداث تغيير فى المشاهد والمجتمع .

* عقد ندوات تثقيفية للدعاة وتعليمهم اللغات الأجنبية ودورات تدريبية للقائم بالاتصال والتزويد المستمر بالمستجدات فى الفتاوى والأحكام .

* برامج دينية لا توجه توجيها سياسيا ولا تخضع لرقابة واختيار ضيوف ليست لهم أهواء شخصية وضرورة تنوع أشكال البرامج الدينية مع السهولة والوضوح والصدق والواقعية فى التقديم وتجاوز أية صعوبات مالية أو سياسية .

اختبار صحة فرضى الدراسة

* **الفرض الأول :** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين سمات وخصائص القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية بالراديو والتليفزيون واتجاهاتهم نحو تبنى أو رفض تجديد الخطاب الدينى.

* **أولاً : العلاقة بين النوع والاتجاه نحو تجديد الخطاب الديني فى الإذاعة والتليفزيون المصرى :**

* توجد علاقة ارتباط قوية بين النوع واتجاه القائم بالاتصال فى البرامج الدينية نحو الموافقة على تجديد الخطاب الديني فى الراديو والتليفزيون المصرى حيث بلغت نسبة الذكور الذين يوافقون بشدة على تجديد الخطاب ٦٥.٧ % ونسبة الإناث ٢٢.٩ % وبلغت إجمالى نسبتهم ٨٨.٦ % والذين يوافقون إلى حد ما من الذكور ٧.٦ % ومن الإناث ٣.٨ % وبلغت إجمالى نسبتهم ١١.٤ % كما بلغت قيمة كا٢ (٠.٧٢٩) عند درجة حرية (١) ومستوى معنوية ٥ % .

* توجد علاقة ارتباط قوية بين النوع واتجاه القائم بالاتصال فى البرامج الدينية نحو تحديد أسباب الموافقة على تجديد الخطاب الديني حيث قالت نسبة ٦٠ % (الذكور ٤١.٩ % ونسبة الإناث ١٨.١ %) إنهم يوافقون على تجديد الخطاب الديني لوجود فهم خاطئ لدى الغرب عن الإسلام أما الذين لم يوافقوا على هذا السبب فقد بلغت نسبتهم ٤٠ % (نسبة الذكور ٣١.٤ % ونسبة الإناث ٨.٦ %) وبلغت قيمة كا٢ (٠.٣٧٣) عند درجة حرية (١) ومستوى معنوية ٥ % . كما ارتفعت نسبة الذين لم يوافقوا على تجديد الخطاب الديني لأن المجتمع فى حاجة الى الاجتهاد فى قضايا العصر الى ٥٩ % (٣٩ % للذكور و٢٠ % للإناث) أما الذين وافقوا على هذا السبب فقد بلغت نسبتهم ٤١ % (٣٤.٣ % للذكور و٦.٧ % للإناث) وبلغت قيمة كا٢ (٠.٠٧١) عند درجة حرية (١) ومستوى معنوية ٥ % . أما الذين وافقوا على تجديد الخطاب الديني لإبراز الوجه الحضارى للإسلام والمسلمين فقد بلغت نسبتهم ٥١.٤ % (٣٦.٢ % للذكور و١٥.٢ % للإناث) وبلغت قيمة كا٢ (٠.٥١٥) عند درجة حرية (١) ومستوى معنوية ٥ % .

* لا توجد علاقة بين النوع واتجاه القائم بالاتصال فى البرامج الدينية نحو تحديد أسباب عدم الموافقة على تجديد الخطاب الديني حيث بلغت نسبة الذين لا يوافقون على تجديد الخطاب الديني لأنه يتناول مقدسات لا يجرؤ أحد فى مناقشتها كالقرآن الكريم والأحاديث النبوية ٩٩ % (٧٢.٤ % للذكور و٢٦.٦ % للإناث) وبلغت قيمة كا٢ (١.٠٠٠) عند درجة حرية (١) ومستوى معنوية ٥ % . وبلغت نسبة الذين الذين لا يوافقون على تجديد الخطاب الديني لأنه قد يمس الذات الثقافية للأمة ٩٩ % (٧٢.٤ % للذكور و٢٦.٦ % للإناث) وبلغت قيمة كا٢ (١.٠٠٠) عند درجة حرية (١) ومستوى معنوية ٥ % . أما الذين لا يوافقون على تجديد الخطاب الديني لأنه يتحدث عن حقائق إما أن تكون خيرا مطلقا أو شرا مطلقاً فقد بلغت نسبتهم ٩٩ % (٧٣.٣ % للذكور و٢٥.٧ % للإناث) وبلغت قيمة كا٢ (٠.٢٦٧) عند درجة حرية (١) ومستوى معنوية ٥ % .كما بلغت نسبة الذين لم يوافقوا على تجديد الخطاب الديني لإنه خطاب بطبيعته يرفض الحوار فالخطاب له اتجاه واحد من الإذاعة للجمهور ٩٩ % (٧٣.٣ % للذكور و٢٥.٧ % للإناث) وبلغت قيمة كا٢ (٠.٢٦٧) عند درجة حرية (١) ومستوى معنوية ٥ % .

* توجد علاقة ارتباط قوية بين النوع واتجاه القائم بالاتصال فى البرامج الدينية نحو تحديد خصائص الخطاب الديني الجديد حيث ترى نسبة ٤٩.٥ % من الذكور و١١.٥ % من الإناث أن خصائص الخطاب الديني الجديد هى أن يواكب اختلاف العصور ويحتوى اختلاف البيئات ويستوعب اختلاف القضايا ويناسب اختلاف المخاطبين ويستعمل الوسائل المناسبة لهم وبلغت قيمة كا٢ (٠.٠٢٦) عند درجة حرية (١) .

* توجد علاقة ارتباط قوية بين النوع واتجاه القائم بالاتصال فى البرامج الدينية نحو تحديد الشخصيات التى يتم استضافتها فى البرامج الدينية وقدرتها على تقديم خطاب ديني متجدد ومقنع حيث ترى نسبة ٥٣.٣ % من الذكور و ١٨.١ % من الإناث من القائمين بالاتصال عينة الدراسة أن هذه الشخصيات قادرة تماماً على تقديم خطاب ديني متجدد ومقنع وبلغت قيمة كا٢ (٠.٦٣٢) .

* ثبت التحليل الإحصائي عدم وجود علاقة بين النوع واتجاه القائم بالاتصال فى البرامج الدينية نحو تحديد أهم القضايا والموضوعات التى يجب أن يركز عليها مضمون الخطاب الديني الجديد فى الراديو والتليفزيون المصرى حيث بلغت نسبة الذين لم يحددوا هذه القضايا والموضوعات ٦٥.٧ % (٤٧.٦ % للذكور و ١٨.١ % للإناث) أما الذين حددوا هذه القضايا والموضوعات فقد بلغت نسبتهم ٣٤.٣ % (٢٥.٧ % للذكور و ٨.٦ % للإناث) وبلغت قيمة كا٢ (٠.٨٢١) عند درجة حرية (١) ومستوى معنوية ٥ % .

* توجد علاقة بين النوع واتجاه القائم بالاتصال فى البرامج الدينية نحو تحديد أفضل وسيلة إعلامية ملائمة لتقديم الخطاب الديني الجديد حيث ترى نسبة ٥٠.٥ % من الذكور و ١٢.٤ % من الإناث أن القنوات التليفزيونية الفضائية هى أفضل وسيلة إعلامية ملائمة لتقديم خطاب ديني جديد وبلغت قيمة كا٢ (٠.٠٤٢) عند درجة حرية (١) .

* توجد علاقة قوية بين النوع واتجاه القائم بالاتصال فى البرامج الدينية نحو تحديد أفضل الأشكال البرامجية الملائمة لتقديم الخطاب الديني الجديد فى الراديو والتليفزيون حيث قالت نسبة ٤٦.٧ % من الذكور ونسبة ١٤.٣ % من الإناث إن برامج الندوات والمناقشات هى أفضل الأشكال البرامجية الملائمة لتجديد الخطاب الديني وبلغت قيمة كا٢ (٠.٣٧٣) عند درجة حرية (١) ومستوى معنوية ٥ % .

* توجد علاقة ارتباط قوية بين النوع واتجاه القائم بالاتصال فى البرامج الدينية نحو تحديد كيفية تفعيل الخطاب الديني فى الراديو والتليفزيون الموجه للجماهير فى الداخل حيث ترى نسبة ٥٦.٢ % من الذكور و ٢٢.٩ % من الإناث من عينة الدراسة أن تفعيل الخطاب الديني الموجه للجماهير فى الداخل يتم من خلال استضافة رجال دين مؤهلين وفاعلين فى مجال الدعوة الإسلامية وبلغت قيمة كا٢ (٠.٤٢٠) عند درجة حرية (١) ومستوى معنوية ٥ %

* توجد علاقة ارتباط قوية بين النوع واتجاه القائم بالاتصال فى البرامج الدينية نحو تحديد كيفية تفعيل الخطاب الديني الموجه للجماهير الأجنبية حيث ترى نسبة ٥٨.١ % من الذكور و ١٨.١ % من الإناث من القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية أن ذلك يتم من خلال إنتاج برامج بكل اللغات الحية للتعريف بالإسلام ونشرها فى وسائل الإعلام العالمية وبلغت قيمة كا٢ (٠.٣٠٠) عند درجة حرية (١) ومستوى معنوية ٥ % .

ثانياً : العلاقة بين السن والاتجاه نحو تجديد الخطاب الديني فى الإذاعة والتليفزيون المصرى :

* توجد علاقة ارتباط قوية بين السن واتجاه القائم بالاتصال فى البرامج الدينية نحو الموافقة على تجديد الخطاب الديني فى الراديو والتليفزيون حيث تعد الفئة السنية (٣٥ – ٤٥) فى مقدمة الفئات الأخرى التى وافقت على تجديد الخطاب الديني بنسبة ٣٧.١ % يليها الفئة ٤٥ – ٥٥ بنسبة ٢٤.٨ % ثم الفئة ٢٥ – ٣٥ بنسبة ٢٣.٨ % وبلغت قيمة كا٢ (٠.٠٦١) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية ٥ % .

* توجد علاقة ارتباط قوية بين السن واتجاه القائم بالاتصال فى البرامج الدينية نحو الموافقة على تجديد الخطاب الديني وذلك لوجود فهم خاطئ لدى الغرب عن الإسلام حيث قالت بذلك المرحلة السنية ٣٥ – ٤٥ بنسبة ٢٤.٨ % يليها المرحلة السنية ٢٥ – ٣٥ بنسبة ١٨.١ % ثم المرحلة ٤٥ – ٥٥ بنسبة ١٦.٢ % وبلغت قيمة كا٢ (٠.٢٨١) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية ٥ % . أما الذين وافقوا على تجديد الخطاب الديني لإبراز الوجه الحضارى للإسلام والمسلمين فقد جاءت الفئة السنية ٣٥ – ٤٥ فى مقدمة الفئات بنسبة ٢١.٩ % يليها الفئة ٢٥ – ٣٥ بنسبة ١٧.١ % ثم نسبة ١٠.٥ % للفئة ٤٥ – ٥٥ ونسبة ١.٩ % للفئة ٥٥ فأكثر) وبلغت قيمة كا٢ (٠.١٥٧) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية ٥ %

* توجد علاقة ارتباط بين السن واتجاه القائم بالاتصال فى البرامج الدينية نحو تحديد خصائص الخطاب الديني الجديد فى الراديو والتليفزيون حيث ترى الفئة السنية ٣٥ – ٤٥ والتى بلغت نسبتها ٢٦.٧ % أن أهم خصائص الخطاب الجديد هى أن يواكب اختلاف العصور ويحتوى اختلاف البيئات ويستوعب اختلاف القضايا ويناسب اختلاف المخاطبين ويستعمل الوسائل المناسبة لهم يليها الفئة السنية ٤٥ – ٥٥ بنسبة ١٨.١ % ثم الفئة ٢٥ – ٣٥ بنسبة ١٥.٢ % وقد بلغت قيمة كا٢ (٠.٥١٨) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية ٥ % .

* توجد علاقة ارتباط قوية بين السن واتجاه القائم بالاتصال نحو الموافقة على الشخصيات التى يتم استضافتها فى البرامج الدينية فى الراديو والتليفزيون والقادرة على تقديم خطاب ديني متجدد ومقنع حيث جاءت الفئة السنية ٣٥ – ٤٥ فى مقدمة الفئات التى وافقت تماما على هذه الشخصيات بنسبة ٣٤.٣ % وتساوت نسبة ١٧.١ % بين الفئة ٢٥ – ٣٥ والفئة ٤٥ – ٥٥ أما نسبة الموافقين على ذلك من الفئة ٥٥ فأكثر فقد بلغت ٢.٩ % وبلغت قيمة كا٢ (٠.٦٤٦) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية ٥ % .

* ثبت وجود علاقة بين السن واتجاه القائم بالاتصال فى البرامج الدينية نحو تحديد أهم القضايا والموضوعات التى يركز عليها مضمون الخطاب الديني الجديد حيث ترى المرحلة السنية ٣٥ – ٤٥ بنسبة ٢٤.٨ % يليها نسبة ١٨.١ % للمرحلتين (٢٥ – ٣٥) (٤٥ – ٥٥) أن أهم

هذه القضايا هى توضيح موقف الدين من الأمور الحياتية للمواطن وبلغت قيمة كا٢ (٠.٢٧٨) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية ٥ % .

كما جاءت قضية موقف الدين من القضايا المعاصرة كالإرهاب والإدمان وحقوق الإنسان فى المرتبة الثانية حيث بلغت نسبة الفئة ٣٥ – ٤٥ (٢٢.٩ %) يليها الفئة ٢٥ – ٣٥ بنسبة ٢٠ % ثم الفئة ٤٥ – ٥٥ بنسبة ١٧.١ % وبلغت قيمة كا٢ (٠.٠٣٦) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية ٥ % .

* توجد علاقة ارتباط قوية بين السن واتجاه القائم بالاتصال فى البرامج الدينية نحو تحديد أفضل وسيلة إعلامية ملائمة لتقديم خطاب ديني جديد حيث ترى نسبة ٦٢.٩ % (١٧.١ % للفئة السنية ٢٥ – ٣٥ و٢٩.٥ % للفئة ٣٥ – ٤٥ و١٥.٢ % للفئة ٤٥ – ٥٥ و١.٠ % للفئة ٥٥ فأكثر) أن القنوات التليفزيونية الفضائية تعد أفضل وسيلة إعلامية ملائمة لتقديم خطاب ديني جديد وبلغت قيمة كا٢ (٠.٦٣١) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية ٥ % .

* ثبت وجود علاقة ارتباط قوية بين السن واتجاه القائم بالاتصال فى البرامج الدينية نحو تحديد أفضل الأشكال البرامجية الملائمة لتجديد الخطاب الديني فى الراديو والتليفزيون حيث بلغت نسبة الذين يفضلون برامج الندوات والمناقشات ٦١ % (١٦.٢ % للفئة السنية ٢٥ – ٣٥ و٣٠.٥% للفئة السنية ٣٥ – ٤٥ و١٣.٣% للفئة ٤٥ – ٥٥ و١.٠% لفئة ٥٥ فأكثر) وبلغت قيمة كا٢ (٠.٤٧٤) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية ٥ % .

* توجد علاقة ارتباط قوية بين السن واتجاه القائم بالاتصال فى البرامج الدينية نحو تحديد كيفية تفعيل الخطاب الديني الموجه للجماهير فى الداخل حيث قالت نسبة ٧٩ % (٢١.٩% للفئة ٢٥ – ٣٥ و٣٥.٢% للفئة ٣٥ – ٤٥ و٢٠.٠% للفئة ٤٥ – ٥٥ و١.٩ % للفئة ٥٥ فأكثر) إن ذلك يتم من خلال استضافة رجال دين مؤهلين وفاعلين فى مجال الدعوة الإسلامية وبلغت قيمة كا٢ (٠.٥٥٩) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية ٥ % .

* ثبت وجود علاقة ارتباط قوية بين السن واتجاه القائم بالاتصال فى البرامج الدينية نحو تحديد كيفية تفعيل الخطاب الديني الموجه للجماهير الأجنبية حيث قالت نسبة ٧٦.٢ % (١٩ % للفئة ٢٥ – ٣٥ و٣٨.١% للفئة ٣٥ – ٤٥ و١٦.٢% للفئة ٤٥ – ٥٥ و٢.٩ % للفئة ٥٥ فأكثر) إن ذلك يتم من خلال إنتاج برامج بكل اللغات الحية للتعريف بالإسلام ونشرها فى وسائل الإعلام العالمية ومترجمة وبلغت قيمة كا٢ (٠.٢٢٦) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية ٥ % .

ثالثاً : العلاقة بين العمل والاتجاه نحو تجديد الخطاب الديني فى الإذاعة والتليفزيون المصرى :

*توجد علاقة ارتباط قوية بين العمل واتجاه القائم بالاتصال فى البرامج الدينية نحو الموافقة على تجديد الخطاب الديني حيث اثبت التحليل الإحصائى وجود علاقة ارتباط قوية بين مذيع التنفيذ ومدى موافقته على تجديد الخطاب الديني حيث وافقت نسبة ٨٨.٦ % من المذيعين عينة الدراسة على تجديد الخطاب الدينى وبلغت قيمة كا٢ (١.٠٠٠) عند درجة حرية (١) ومستوى معنوية ٥ % كما وافقت نسبة ٧١.٤ % على أن الشخصيات التى يتم استضافتها فى البرامج الدينية قادرة على تقديم خطاب ديني متجدد ومقنع وبلغت قيمة كا٢ (٠.٢٠٤) عند درجة حرية (١) ومستوى معنوية ٥ % وأوضحت نسبة ٦٢.٩ % أن القنوات التليفزيونية الفضائية تعد أفضل الوسائل الإعلامية الملائمة لتقديم خطاب ديني جديد وبلغت قيمة كا٢ (٠.١٤٢) عند درجة حرية (١) كما أوضحت نسبة ٥٩ % أن القنوات التليفزيونية الأرضية تعد أفضل الوسائل الإعلامية لتقديم هذا الخطاب وبلغت قيمة كا٢ (٠.٤٧٩) عند درجة حرية (١) ومستوى معنوية ٥ % وأوضحت نسبة ٦١ % من عينة الدراسة أن برامج الندوات والمناقشات تعد من أفضل الأشكال البرامجية الملائمة لتجديد الخطاب الديني فى الراديو والتليفزيون وبلغت قيمة كا٢ (٠.١٥٦) عند درجة حرية (١) ومستوى معنوية ٥ % .

وأظهر التحليل الإحصائى وجود علاقة ارتباط قوية بين عمل القائم بالاتصال واهتمامه بأفكار وآراء السلف الصالح حيث وافقت نسبة ٨٩.٥ % من عينة الدراسة على أنهم يهتمون فى برامجهم الدينية بفكر وآراء هؤلاء السلف وبلغت قيمة كا٢ (١.٠٠٠) عند درجة حرية (١) ومستوى معنوية ٥ % .كما وافقت نسبة ٨٥.٧ % على أنهم يهتمون بأفكار وآراء الدعاة والمفكرين الإسلاميين المعاصرين وبلغت قيمة كا٢ (١.٠٠٠) .

وأثبت التحليل الاحصائى عدم وجود علاقة بين عمل القائم بالاتصال واهتمامه بالمدارس الفكرية الأجنبية حيث قالت نسبة ٧٤.٣ % من عينة الدراسة بأنهم لا يهتمون بهذه المدارس الفكرية الأجنبية فى برامجهم الدينية وبلغت قيمة كا٢ (٠.٢٨٧) عند درجة حرية (١) ومستوى معنوية ٥ % .

رابعاً : العلاقة بين الحالة التعليمية والاتجاه نحو تجديد الخطاب الديني فى الإذاعة والتليفزيون المصرى :

* توجد علاقة ارتباط قوية بين الحالة التعليمية واتجاه القائم بالاتصال فى البرامج الدينية نحو الموافقة على تجديد الخطاب الديني حيث ارتفعت نسبة الموافقين على تجديد الخطاب الديني إلى ٨٨.٦ % لكل من الحاصلين على مؤهل عال كا٢ (٠.٤٥٢) ودراسات عليا كا٢ (٠.٦٩٥) وماجستير كا٢ (١.٠٠٠) ودكتوراه كا٢ (٠.٥٢٦) عند درجة حرية (١) ومستوى معنوية ٥ % .

* توجد علاقة ارتباط قوية بين الحالة التعليمية واتجاه القائم بالاتصال فى البرامج الدينية نحو تحديد أسباب الموافقة على تجديد الخطاب الديني حيث وافقت نسبة ٦٠ % من الحاصلين على مؤهل عال كا٢ (٠.٨٠٢) ودراسات عليا كا٢ (٠.٢٠٤) وماجستير كا٢ (٠.٣٠٩) ودكتوراه كا٢ (٠.٥٢٦) على تجديد الخطاب الديني وذلك لوجود فهم خاطئ لدى الغرب عن الإسلام ولإبراز الوجه الحضاري للإسلام والمسلمين عند درجة حرية (١) ومستوى معنوية ٥ % .

* توجد علاقة ارتباط قوية بين الحالة التعليمية واتجاه القائم بالاتصال فى البرامج الدينية نحو تحديد خصائص الخطاب الديني الجديد فى الراديو والتليفزيون حيث ترى نسبة ٥٥.٢ % من الحاصلين على مؤهل عال كا٢ (٠.٢١٦) ودراسات عليا كا٢ (٠.٦٢٦) وماجستير كا٢ (٠.٥٠٦) ودكتوراه كا٢ (١.٠٠٠) أن خصائص الخطاب الديني الجديد يجب أن يكون خطابا ملماً بقضايا الأمة الإسلامية وقضايا العالم وأن يكون خطاباً يواكب اختلاف العصور ويحتوى اختلاف البيئات ويستوعب اختلاف القضايا ويناسب اختلاف المخاطبين ويستعمل الوسائل المناسبة لهم عند درجة حرية (١) ومستوى معنوية ٥ % .

* توجد علاقة ارتباط قوية بين الحالة التعليمية واتجاه القائم بالاتصال فى البرامج الدينية نحو الشخصيات التى يتم استضافتها فى البرامج الدينية بالراديو والتليفزيون المصرى بأنها قادرة على تقديم خطاب ديني متجدد ومقنع حيث وافقت على ذلك نسبة ٧١.٤ % من الحاصلين على مؤهل عال كا٢ (٠.٧٨٢) ودراسات عليا كا٢ (٠.٤٢٠) وماجستير كا٢ (١.٠٠٠) ودكتوراه كا٢ (١.٠٠٠) عمد درجة حرية (١) ومستوى معنوية ٥ % .

* توجد علاقة ارتباط قوية بين الحالة التعليمية واتجاه القائم بالاتصال فى البرامج الدينية نحو تحديد أهم القضايا والموضوعات التى يجب أن يركز عليها مضمون الخطاب الديني الجديد حيث ترى نسبة ٦٢.٩ % من الحاصلين على مؤهل عال كا٢ (٠.٤٣٢) ودراسات عليا كا٢ (٠.٣٠٤) وماجستير كا٢ (٠.٣١٦) ودكتوراه كا٢ (٠.٦٦٨) أن أهم هذه الموضوعات هى توضيح موقف الدين من الأمور الحياتية للمواطن وترى نسبة ٦١ % من الحاصلين على مؤهل عال كا٢ (٠.٧٩٩) وماجستير كا٢ (٠.٣٠٩) ودكتوراه كا٢ (٠.٦٧٦) أن أهم القضايا هو أن يركز الخطاب الديني الجديد على موقف الدين من القضايا المعاصرة كالإرهاب والإدمان وحقوق الإنسان كما ترى نسبة٥٧.١ % من الحاصلين على مؤهل عال كا٢ (٠.٧٩٩) وماجستير كا٢ (٠.٧٤١) ودكتوراه كا٢ (١.٠٠٠) أن أهم هذه القضايا هى الدعوة الى التمسك بصحيح الدين وجاءت قضية التركيز على موقف الدين من أصحاب الديانات الأخرى فى المرتبة الثالثة بنسبة ٥٣.٣ % مؤهل عال كا٢ (٠.٣١٧) وماجستير كا٢ (١.٠٠٠) ودكتوراه كا٢ (٠.٦٨٣) عند درجة حرية (١) ومستوى معنوية ٥ % .

* توجد علاقة ارتباط قوية بين الحالة التعليمية واتجاه القائم بالاتصال فى البرامج الدينية نحو تحديد أفضل وسيلة إعلامية ملائمة لتقديم خطاب ديني جديد حيث ترى نسبة ٦٢.٩ % من عينة الدراسة من الحاصلين على مؤهل عال كا٢ (٠.٣١٠) ودراسات عليا كا٢ (٠.٣٠٤) وماجستير كا٢ (٠.٠٨٧) ودكتوراه كا٢ (٠.٤٠٨) أن القنوات التليفزيونية الفضائية تأتى فى مقدمة الوسائل الإعلامية الملائمة لتقديم هذا الخطاب فى حين ترى نسبة ٥٩ % من نفس العينة من الحاصلين على مؤهل عال كا٢ (٠.٦٠٩) ودراسات عليا كا٢ (٠.٨٠١) وماجستير كا٢ (٠.٥٢١) ودكتوراه كا٢ (٠.٣٩٧) أن القنوات التليفزيونية الأرضية هى أفضل وسيلة لتقديم الخطاب الديني الجديد .

* توجد علاقة ارتباط قوية بين الحالة التعليمية واتجاه القائم بالاتصال فى البرامج الدينية نحو تحديد أفضل الأشكال البرامجية الملائمة لتقديم الخطاب الدينى الجديد حيث ترى نسبة ٦١ % من عينة الدراسة من الحاصلين على مؤهل عال كا٢ (١.٠٠٠) ودراسات عليا كا٢ (٠.٤٤٩) وماجستير كا٢ (٠.٧٣٧) ودكتوراه كا٢ (٠.٤٠٠) أن برامج الندوات والمناقشات تعد أفضل الأشكال البرامجية لتقديم الخطاب الديني الجديد فى حين ترى نسبة ٥٤.٣ % من نفس العينة مؤهل عال كا٢ (٠.٦١٣) ودراسات عليا كا٢ (١.٠٠٠) وماجستير كا٢ (٠.٣٣٩) ودكتوراه كا٢ (٠.٢١٦) أن البرامج الحوارية هى أفضل الأشكال البرامجية لتقديم الخطاب الديني الجديد .

* توجد علاقة ارتباط قوية بين الحالة التعليمية واتجاه القائم بالاتصال فى البرامج الدينية نحو تحديد كيفية تفعيل الخطاب الديني الموجه للجماهير فى الداخل حيث ترى نسبة ٧٩ % من عينة الدراسة من الحاصلين على مؤهل عال كا٢ (٠.١٧١) ودراسات عليا كا٢ (١.٠٠٠) وماجستير كا٢ (١.٠٠٠) ودكتوراه كا٢ (٠.٦٠٣) أن ذلك يتم من خلال استضافة رجال دين مؤهلين وفاعلين فى مجال الدعوة الإسلامية عند درجة حرية (١) ومستوى معنوية ٥ % .

* توجد علاقة ارتباط قوية بين الحالة التعليمية واتجاه القائم بالاتصال فى البرامج الدينية نحو تحديد كيفية تفعيل الخطاب الديني الموجه للجماهير الأجنبية حيث ترى نسبة ٧٦.٢ % من الحاصلين على مؤهل عال كا٢ (١.٠٠٠) ودراسات عليا كا٢ (١.٠٠٠) وماجستير كا٢ (٠.٢٤٤) ودكتوراه كا٢ (١.٠٠٠) أن ذلك يتم من خلال إنتاج برامج بكل اللغات الحية للتعريف بالإسلام ونشرها فى وسائل الإعلام العالمية فى حين ترى نسبة ٥٩ % من نفس العينة من الحاصلين على مؤهل عال كا٢ (١.٠٠٠) ودراسات عليا كا٢ (١.٠٠٠) وماجستير كا٢ (٠.٥٢١) ودكتوراه كا٢ (٠.٦٨٧) أن ذلك يتم من خلال إنتاج برامج عربية إسلامية فاعلة ومترجمة عند درجة حرية (١) ومستوى معنوية ٥ % .

* توجد علاقة ارتباط قوية بين الحالة التعليمية واتجاه القائم بالاتصال فى البرامج الدينية نحو الاهتمام بأفكار وآراء السلف الصالح فى برامجه الدينية حيث قالت نسبة ٨٩.٥ % من عينة الدراسة من الحاصلين على مؤهل عال كا٢ (٠.٦٨٤) ودراسات عليا كا٢ (٠.٦٨٦) وماجستير كا٢ (٠.٥٩٤) ودكتوراه كا٢ (١.٠٠٠) إنهم يهتمون بهذه الأفكار والآراء فى برامجهم الدينية .

* توجد علاقة ارتباط قوية بين الحالة التعليمية واتجاه القائم بالاتصال فى البرامج الدينية نحو الاهتمام بأفكار وآراء الدعاة والمفكرين الإسلاميين المعاصرين فى البرامج الدينية حيث قالت نسبة ٨٥.٧ % من عينة الدراسة من الحاصلين على مؤهل عال كا٢ (٠.١٤١) ودراسات عليا كا٢ (١.٠٠٠) وماجستير كا٢ (٠.٦٣٣) ودكتوراه كا٢ (٠.٢٠٣) إنهم يهتمون فى برامجهم الدينية بأفكار وآراء الدعاة والمفكرين الإسلاميين المعاصرين .

* لا توجد ثمة علاقة ارتباطية بين الحالة التعليمية واتجاه القائم بالاتصال فى البرامج الدينية نحو الاهتمام بالمدارس الفكرية الأجنبية حيث أكدت ذلك نسبة ٧٤.٣ % من عينة الدراسة من الحاصلين على مؤهل عال كا٢ (٠.٠٨٦) ودراسات عليا كا٢ (٠.١٥٣) وماجستير كا٢ (٠.١٢٠) ودكتوراه كا٢ (٠.٦٤٦) عند درجة حرية (١) ومستوى معنوية ٥ % .

* توجد علاقة ارتباط قوية بين نوع التعليم واتجاه القائم بالاتصال فى البرامج الدينية نحو الاهتمام بأفكار وآراء السلف الصالح فى هذه البرامج حيث وافقت نسبة ٨٩.٥ % من عينة الدراسة من كل من التعليم العام كا٢ (٠.٤٥٣) والتعليم الأجنبي كا٢ (١.٠٠٠) والتعليم الأزهرى كا٢ (٠.١١٩) عند درجة حرية (١) ومستوى معنوية ٥ % على أنهم يهتمون بأفكار وآراء السلف الصالح فى برامجهم الدينية . كما اتفقت آراء نسبة ٨٥.٧ % من القائمين بالاتصال عينة الدراسة من كل من التعليم العام كا٢ (٠.٣٤٣) والتعليم الأجنبي كا٢ (٠.١٤٨) والتعليم الأزهرى كا٢ (٠.٧٣١) على أنهم يهتمون بأفكار وآراء الدعاة والمفكرين الإسلاميين المعاصرين كما اتفقت آراء نسبة ٧٤.٣ % من كل من التعليم العام كا٢ (٠.٠٧١) والتعليم الأجنبي كا٢ (٠.١٠٦) والتعليم الأزهرى كا٢ (٠.١٥٣) على أنهم لا يهتمون بالمدارس الفكرية الأجنبية فى برامجهم الدينية .

خامساً : العلاقة بين نوع التعليم والاتجاه نحو تجديد الخطاب الديني فى الإذاعة والتليفزيون المصرى :

* توجد علاقة ارتباط قوية بين نوع التعليم واتجاه القائم بالاتصال فى البرامج الدينية نحو الموافقة على تجديد الخطاب الديني وذلك على النحو التالى :

* وافقت نسبة ٨٨.٦ % على تجديد الخطاب الديني من القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية من كل من التعليم العام كا٢(٠.٤٧٤) والتعليم الأجنبي كا٢ (٠.٠٩٩) والتعليم الأزهرى كا٢ (١.٠٠٠) عند درجة حرية (١) ومستوى معنوية ٥ %.

* اتفقت نسبة ٦٠ % من القائمين بالاتصال عينة الدراسة من كل من التعليم العام كا٢ (١.٠٠٠) والتعليم الأجنبي كا٢ (٠.٦٤٦) والتعليم الأزهرى كا٢ (٠.٨٠٠) على أن سبب موافقتهم على تجديد الخطاب الديني هو وجود فهم خاطئ لدى الغرب عن الإسلام ولإبراز الوجه الحضارى للإسلام والمسلمين .

* اتفقت آراء ٦١ % من عينة الدراسة من القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية من كل من التعليم العام كا٢ (١.٠٠٠) والتعليم الأجنبي كا٢ (٠.٦٤٦) والتعليم الأزهرى كا٢ (٠.٨٠١) عند درجة حرية (١) على أن خصائص الخطاب الديني الجديد يجب أن يكون ملماً بقضايا الأمة الإسلامية وقضايا العالم ويجب أن يواكب اختلاف العصور ويحتوى اختلاف البيئات ويستوعب اختلاف القضايا ويناسب اختلاف المخاطبين ويستعمل الوسائل المناسبة لهم .

* اتفقت آراء نسبة ٧١.٤ % من القائمين بالاتصال من كل من التعليم العام كا٢ (٠.٤٤٧) والتعليم الأجنبي كا٢ (٠.١٣٩) والتعليم الازهرى كا٢ (٠.٧٨٩) على أن الشخصيات التى يتم استضافتها فى البرامج الدينية بالراديو والتليفزيون المصرى قادرة على تقديم خطاب ديني متجدد ومقنع عند درجة حرية (١) ومستوى معنوية ٥ % .

* اتفقت آراء نسبة ٦٢.٩ % من القائمين بالاتصال من كل من التعليم العام كا٢ (٠.٢٣٩) والتعليم الأجنبي كا٢ (١.٠٠٠) والتعليم الأزهري كا٢ (٠.٨٠١) عند درجة حرية (١) على أن أهم القضايا والموضوعات التى يجب أن يركز عليها مضمون الخطاب الديني الجديد فى الراديو والتليفزيون هى توضيح موقف الدين من الأمور الحياتية للمواطن والدعوة إلى التمسك بصحيح الدين والتركيز على التسامح الديني مع أصحاب الديانات الأخرى .

*** الفرض الثاني : توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين موقف القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية بالراديو والتليفزيون من التيارات الفكرية السلفية والمعاصرة واتجاهاتهم نحو تبنى أو رفض تجديد الخطاب الدينى .**

* توجد علاقة ارتباط قوية بين النوع واتجاه القائم بالاتصال فى البرامج الدينية نحو الاهتمام بأفكار السلف الصالح فى هذه البرامج حيث ارتفعت نسبة الذين قالوا نعم بأنهم يهتمون بأفكار وآراء السلف الصالح فى برامجهم الدينية إلى ٥٤.٣ % (٤١.٩ % للذكور و١٢.٤ % للإناث) أما الذين لم يهتموا بهذه الأفكار والآراء فى برامجهم الدينية فقد بلغت نسبتهم ٤٥.٧ % (٣١.٤ % للذكور و١٤.٣ % للإناث) وبلغت قيمة كا٢ (٠.٣٨٠) عند درجة حرية (١) ومستوى معنوية ٥ % .

* توجد علاقة ارتباط قوية بين السن واتجاه القائم بالاتصال فى البرامج الدينية نحو الاهتمام بأفكار وآراء السلف الصالح حيث بلغت نسبة الذين قالوا نعم إنهم يهتمون بهذه الأفكار والآراء فى برامجهم ٨٩.٥ % (٢١.٩ % للفئة السنية ٢٥ – ٣٥ و ٤١ % للفئة ٣٥ – ٤٥ و ٢٣.٨ % للفئة ٤٥ – ٥٥ و ٢.٩ % للفئة ٥٥ فأكثر) وبلغت قيمة كا٢ (٠.٨٤٥) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية ٥ % . وجاء الإمام الشافعى فى مقدمة أئمة السلف الصالح الذين يهتم بفكرهم وآرائهم القائمون بالاتصال فى البرامج الدينية بالراديو والتليفزيون المصرى وبلغت نسبة القائمين بالاتصال فى عينة الدراسة الذين يهتمون بفكر الإمام الشافعى ٧٢.٤ % (١٥.٢ % للفئة ٢٥ – ٣٥ و ٣٥.٢ % للفئة السنية ٣٥ – ٤٥ و ١٩ % للفئة ٤٥ – ٥٥ و ٢.٩ % للفئة ٥٥ فأكثر) وبلغت قيمة كا٢ (٠.٣٩٩) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية ٥ % كما جاء الإمام أبو حنيفة فى المرتبة الثانية بنسبة ٦٠ % (١٣.٣ % للفئة ٢٥ – ٣٥ و ٣٠.٥ % للفئة ٣٥ – ٤٥ و ١٥.٢ % للفئة ٤٥ – ٥٥ و ١.٠ % للفئة ٥٥ فأكثر) وبلغت قيمة كا٢ (٠.٥٩٨) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية ٥ % .

* توجد علاقة ارتباط قوية بين السن واتجاه القائم بالاتصال فى البرامج الدينية نحو الاهتمام بفكر وآراء الدعاة والمفكرين الإسلاميين المعاصرين حيث بلغت نسبة الذين قالوا نعم ٨٥.٧ % (٢١ % للفئة السنية ٢٥ – ٣٥ و ٣٩ % للفئة ٣٥ – ٤٥ و ٢٢.٩ % للفئة ٤٥ – ٥٥ و ٢.٩ % للفئة ٥٥ فأكثر) وبلغت قيمة كا٢ (٠.٨٢٢) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية ٥ % .

* لا توجد علاقة بين السن واتجاه القائم بالاتصال فى البرامج الدينية نحو الاهتمام بالمدارس الفكرية الأجنبية فى هذه البرامج حيث بلغت نسبة الذين قالوا لا إنهم لا يهتمون بهذه المدارس الفكرية الأجنبية ٧٤.٣ % (١٦.٢ % للفئة ٢٥ – ٣٥ و ٣٣.٣ % للفئة ٣٥ – ٤٥ و ٢٣.٨ % للفئة ٤٥ – ٥٥ و ١.٠ % للفئة ٥٥ فأكثر) وقد بلغت قيمة كا٢ (٠.٠٣٤) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية ٥ % .

* توجد علاقة ارتباط قوية بين النوع واتجاه القائم بالاتصال فى البرامج الدينية نحو الاهتمام بأفكار وآراء الدعاة المفكرين الإسلاميين المعاصرين فى برامجهم حيث بلغت نسبة الذين قالوا نعم إنهم يهتمون إلى ٥٩ % (٤٥.٧ % للذكور و ١٣.٣ % للإناث) أما الذين قالوا لا فقد بلغت نسبتهم ٤١ % (٢٧.٦ % للذكور و ١٣.٣ % للإناث) وبلغت قيمة كا٢ (٠.٢٧١) عند درجة حرية (١) ومستوى معنوية ٥ % .

* توجد علاقة ارتباط قوية بين النوع واتجاه القائم بالاتصال فى البرامج الدينية نحو الاهتمام بالتيارات الفكرية الأجنبية فى برامجهم الدينية حيث ارتفعت نسبة الذين قالوا نعم إنهم يهتمون إلى ٨٩.٥ % (٦٦.٧ % للذكور و ٢٢.٩ % للإناث) أما الذين قالوا لا فقد بلغت نسبتهم إلى

١٠.٥ % (٦.٧ % للذكور و٣.٨ % للإناث) وبلغت قيمة كا٢ (٠.٤٧٩) عند درجة حرية (١) ومستوى معنوية ٥ % .

خلاصة الدراسة :

١ – مدى موافقة القائم بالاتصال فى البرامج الدينية بالإذاعة والتليفزيون المصرى على تجديد الخطاب الدينى :

* إن الغالبية العظمى من القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية يوافقون تماما على تجديد الخطاب الديني بالإذاعة والتليفزيون المصرى حيث أن الإسلام دين صالح لكل زمان ومكان وأن التكليف بالتجديد والاجتهاد والمراجعة من أصول هذا الدين ليكون المسلمون بمستوى الإسلام الذى يدينون به والعصر الذى يعيشون فيه (٥٦) . ومن الطبيعى أن يكون الخطاب الديني مواكباً لظروف كل عصر ولما يدور فيه من متغيرات وذلك بالتجديد المستمر فى أسلوب الخطاب الديني وفى مضمونه حتى يصل بالرسالة التى يريد توجيهها للناس الى عقولهم وقلوبهم(٥٧) .

٢ – أسباب موافقة القائم بالاتصال فى البرامج الدينية بالإذاعة والتليفزيون المصرى على تجديد الخطاب الدينى :

* نسبة كبيرة من القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية بالراديو والتليفزيون المصرى عينة الدراسة يرون أن أسباب موافقتهم على تجديد الخطاب الديني هو وجود فهم خاطئ لدى الغرب عن الإسلام وضرورة إبراز الوجه الحضارى للإسلام والمسلمين وأن المجتمع فى حاجة الى الاجتهاد فى قضايا العصر وعجز الخطاب الديني الحالى عن تلبية حاجات الجماهير ورغباتهم وأن الخطاب الديني الحالى لا يعكس روح الإسلام .

* وهناك نسبة ٦.١ % من القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية بالراديو والتليفزيون المصرى ترى أن هناك أسباباً أخرى لتجديد الخطاب الديني تتمثل فى :

– مواكبة التطور وحاجات المجتمع المتغيرة والمتجددة وليبقى الإسلام فى القمة دائما .

– الخطاب الديني الحالى جامد وغير متطور ويركز على الوعظ أكثر من تركيزه على تثقيف الجماهير دينيا وتعريفهم بهوية الإسلام كما أن معدى البرامج الدينية وضيوفهم ثابتين لا يتغيرون ولا يظهرون أى اجتهاد للقضايا والمسائل العصرية الحديثة .

– قلة الدعاة المثقفين دينيا وعدم قدرة الأئمة على ربط المفاهيم الدينية بالتطبيق العملى على أرض الواقع وعدم وعيهم بما يحتاجه الناس.

– ارتباط الخطاب الديني بالوعظ أكثر من ممارسة سلوكيات الإسلام .

– لربط قضايا العصر بالدين الإسلامى ولإيضاح أن ديننا الحنيف صالح لكل زمان ومكان .

٣ - أسباب عدم موافقة القائم بالاتصال فى البرامج الدينية بالإذاعة والتليفزيون المصرى على تجديد الخطاب الدينى :

* نسبة بسيطة ٠.٠٠٩٥ % من القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية عينة الدراسة يرون أن عدم موافقتهم على تجديد الخطاب الديني بالراديو والتليفزيون المصري يرجع إلى أن الخطاب الديني يتحدث عن حقائق مطلقة وأن تجديد الخطاب الديني قد يمس جوهر الدين وقدسية النص ويتناول مقدسات لا يجرؤ احد على مناقشتها كالقرآن الكريم والأحاديث النبوية وأن تجديد الخطاب الديني قد يمس الهوية الثقافية للأمة الإسلامية.

٤ - رؤية القائم بالاتصال فى البرامج الدينية بالإذاعة والتليفزيون المصرى لصفات الخطاب الدينى الجديد :

* أن يكون الخطاب الديني الجديد فى البرامج الدينية بالإذاعة والتليفزيون المصرى واضحاً وسهلا وميسرا وجذابا ومتمشيا مع صحيح العلم ومواكبا للتقدم الذى يشهده العالم كله الآن وملائماً للأحداث الجارية .

* لابد من انتقاء الشخصيات ذات التأثير والإقناع لدى المتلقى عند تقديم الخطاب الديني على أن تكون هذه الشخصيات من أساتذة متخصصين وعلماء من الأزهر الشريف .

* يتمسك الخطاب الجديد بالأصول حسب ما جاء فى الكتاب والسنة والمذاهب الأربعة ويعطى الفرصة لاجتهادات عصرية للعلماء بشرط تكامل البحوث والدراسات فيما يتعلق بقضايا العصر والفرعيات ويعمق التربية الدينية والسلوكية لدى النشء ويؤكد على أهمية حفظ القرآن الكريم فى البيت المسلم .

* لابد من الاستفادة بمسلمى الغرب من أصول غربية فى تقديم برامج دينية تناسب مجتمعاتهم

* ألا يكون غامضاً ومواكبا للقضايا المعاصرة ودور الإسلام فى كيفية علاجها بما ينفع البشرية جمعاء .

* خطاب قائم على الحوار والثقافة السمحة ويناقش أهم القضايا الدينية بأسلوب يفهمه المسلم وغير المسلم وألا يتعرض لخصوصية الأديان بطريقة تسئ إلي أحد .

* أن يقدم الخطاب الجديد من خلال دراما إذاعية وتليفزيونية تتناول مواقف من حياتنا المعاصرة بما فيها من أخطاء وسلبيات ورأى الدين فيها مستشهدين فيها بآيات من القرآن الكريم وأحاديث رسول الله صلى الله عليه وسلم وليكن عنوان هذه الحلقات " صور مقبولة و صور مرفوضة فى الإسلام .

* أن يعتمد على مخاطبة الآخر بلغة يقبلها ويفهمها بدون المساس بجوهر الدين الإسلامي الحنيف .

٥ – رؤية القائم بالاتصال فى البرامج الدينية بالإذاعة والتليفزيون المصرى لخصائص الخطاب الدينى الجديد :

* ترى نسبة كبيرة (٦١ %) من القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية أن خصائص الخطاب الدينى الجديد فى الإذاعة والتليفزيون المصرى يجب أن يواكب اختلاف العصور ويحتوى اختلاف البيئات ويستوعب اختلاف القضايا ويناسب اختلاف المخاطبين ويستعمل الوسائل المناسبة لهم وأن يكون الخطاب ملماً بقضايا الأمة الإسلامية وقضايا العالم.

وأن يكون الخطاب يعرف كيف يفكر الآخرون وملم بأسلوب حياتهم الاقتصادى والاجتماعى والحضارى . وأن يكون مرنا غير جامد قادراً على التعليم والتثقيف الدينى ملماً بلغات الآخرين وثقافاتهم وفهم مواقفهم من الإسلام ويراعى ثقافة الشعوب الإسلامية .

٦ – رؤية القائم بالاتصال فى البرامج الدينية بالإذاعة والتليفزيون المصرى للشخصيات التى يتم استضافتها فى البرامج الدينية ومدى قدرتها على تقديم خطاب دينى متجدد ومقنع :

* قالت نسبة كبيرة (٧١.٤ %) من القائمين بالاتصال فى الإذاعة والتليفزيون المصرى إن الشخصيات التى يتم استضافتها فى البرامج الدينية قادرة إلى حد ما على تقديم خطاب دينى متجدد ومقنع فى حين أن نسبة ١٦.٢ % قالت إن هذه الشخصيات غير قادرة تماماً على تقديم خطاب دينى متجدد ومقنع .

٧ – أهم القضايا والموضوعات التى يجب أن يركز عليها مضمون الخطاب الدينى الجديد فى الراديو والتليفزيون :

* ترى الغالبية العظمى من القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية عينة الدراسة أن قضية توضيح موقف الدين من الأمور الحياتية للمواطن من أهم القضايا والموضوعات التى يجب أن يركز عليها مضمون الخطاب الدينى الجديد فى الراديو والتليفزيون المصرى وتلك النتيجة تتفق مع الإسلام لأنه دين للحياة بجميع أبعادها لا ينفصل عن حياة الناس واهتماماتهم وإذا انفصل الخطاب الديني عن واقع الحياة ومتغيرات العصر فإنه لن يجد من يلتفت إليه أو يعيره اهتماما (٥٨) .

* كما ترى نسبة كبيرة من القائمين بالاتصال أن التركيز على موقف الدين من القضايا المعاصرة كالإرهاب والإدمان وحقوق الإنسان والدعوة إلى التمسك بصحيح والتركيز على

التسامح الديني مع أصحاب الديانات الأخرى من أهم القضايا والموضوعات التى يجب أن يركز عليها مضمون الخطاب الدينى الجديد فى الراديو والتليفزيون .

* وترى نسبة ٥ % من عينة الدراسة أن هناك قضايا أخرى يجب أن يركز عليها مضمون الخطاب الدينى الجديد فى الراديو والتليفزيون وهى :

* التركيز على القضايا التى تواجه المجتمع العربى ولا يوجد حل لها .

* قضية كيف يكون المسلم عنوانا للرقى الأخلاقى والحضارى كما أمر الإسلام فى البلاد غير الإسلامية .

*قضية كيفية التطبيق العملى لقواعد الإسلام من خلال السلوك الذى يسلكه المسلم مع باقى أفراد المجتمع .

* قضية إحياء التراث الديني الإسلامي والتعريف بالمجهودات الجبارة للعلماء المسلمين فى الحفاظ على صحيح الدين وإعجاز الإسلام وروحانياته التى لا تتعارض مع العلم الحديث .

* قضية استخدام الدين فى التنمية وتوضيح نظرة الإسلام للإنسان والكون والعلم والحياة .

* الاهتمام بفقه الأقليات .

٨ – رؤية القائم بالاتصال فى البرامج الدينية بالإذاعة والتليفزيون المصرى لأفضل وسيلة إعلامية ملائمة لتقديم خطاب دينى جديد :

* تقول نسبة كبيرة (٦٣ %) من القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية إن أفضل وسيلة إعلامية ملائمة لتقديم خطاب دينى جديد هى القنوات التليفزيونية الفضائية فى حين ترى نسبة ٥٩ % أن القنوات التليفزيونية الأرضية هى أفضل وسيلة يليها شبكة الإنترنت فالراديو ثم الصحف كما ترى نسبة ٩.٣ % من القائمين بالاتصال إن هناك وسائل أخرى ملائمة لتقديم خطاب دينى جديد وهى :

* برامج الكمبيوتر المتخصصة والأفلام الكارتونية الموجهة للأطفال وشرائط التسجيل والاسطوانات المضغوطة c d وإنتاج أفلام عالمية ومسلسلات ذات مستوى جيد والاتصال المباشر بالغرب وإرسال بعثات من خلال الأزهر إلى مختلف الدول الأوربية وعقد ندوات فى المساجد مع كبار الشيوخ والدعاة ذوى الأسلوب السهل المقنع والكتب المبسطة للمفهوم الصحيح للدين وإصدار مجلات إسلامية ذات تقنية عالية فى الشكل والمضمون .

٩ – رؤية القائم بالاتصال فى البرامج الدينية بالإذاعة والتليفزيون المصرى لأفضل الأشكال البرامجية الملائمة لتقديم الخطاب الدينى الجديد:

* ترى نسبة ٦١ % من القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية أن برامج الندوات والمناقشات هى أفضل الأشكال البرامجية الملائمة لتقديم الخطاب الدينى فى الراديو والتليفزيون المصرى

يليها البرامج الحوارية فالتحقيقات الإذاعية ثم الأحاديث المباشرة هى أفضل الأشكال البرامجية الملائمة لتجديد الخطاب الدينى فى الراديو والتليفزيون .

* ترى نسبة ٥.٦ % من القائمين بالاتصال أن هناك أشكال برامجية أخرى ملائمة لتقديم الخطاب الدينى الجديد فى الراديو والتليفزيون المصرى وهى :

*التمثيليات والأفلام والبرامج الخاصة عن حياة الصحابة والتابعين والبرامج الوثائقية والبرامج الحية التى تذاع على الهواء مباشرة .

١٠ – رؤية القائم بالاتصال فى البرامج الدينية بالإذاعة والتليفزيون المصرى لكيفية تفعيل الخطاب الدينى فى الراديو والتليفزيون الموجه للجماهير فى الداخل :

* ترى الغالبية العظمى من القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية أن تفعيل الخطاب الديني الموجه للجماهير فى الداخل يتم من خلال استضافة رجال دين مؤهلين وفاعلين فى مجال الدعوة الإسلامية ومن خلال دورات تدريبية لمعدى ومقدمى البرامج الدينية فى الإذاعة والتليفزيون المصرى وإنتاج خطاب دينى يراعى طبيعة وتفكير ولغة الجماهير ويستوعب المستجدات العلمية والتكنولوجية الحديثة والاستعانة بالتقنيات الحديثة فى إنتاج البرامج الدينية واستبعاد الدعاة الحكوميين من البرامج الدينية بالراديو والتليفزيون المصرى .

١١ – رؤية القائم بالاتصال فى البرامج الدينية بالإذاعة والتليفزيون المصرى لكيفية تفعيل الخطاب الديني الموجه للجماهير الأجنبية :

* تقول نسبة كبيرة (٧٦ %) من القائمين بالاتصال (عينة الدراسة) إن تفعيل الخطاب الديني الموجه من الراديو والتليفزيون المصرى للجماهير الخارجية يتم من خلال إنتاج برامج بكل اللغات الحية للتعريف بالإسلام ونشرها فى وسائل الإعلام العالمية وإنتاج برامج عربية إسلامية فاعلة ومترجمة والدعوة إلى فتح باب الاجتهاد الديني داخليا وخارجيا .

* إن نسبة ٦.٥ % من القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية ترى أن هناك عوامل أخرى لتفعيل الخطاب الديني الموجه من الراديو والتليفزيون المصرى للجماهير الأجنبية وهى :

* استخدام التقنيات الحديثة فى توجيه الخطاب الديني وإرسال كوادر من الدعاة الأزهريين والمثقفين دينيا وغير متعصبين فى بعثات إلى الخارج ويجيدون اللغات الأجنبية .

* استضافة مقدمى برامج ومتحدثين من مسلمى الغرب فى البرامج الدينية بالإذاعة المصرية.

* استضافة المفكرين والمؤرخين الغربيين الذين انصفوا الإسلام وعرضوا صورته الحقيقية أمام الغرب فى البرامج الدينية .

* إنتاج برامج عن رسولنا الكريم تبين سماحته وتعامله مع أهل الكتاب .

١٢ - مدى اهتمام القائم بالاتصال فى البرامج الدينية بالإذاعة والتليفزيون المصرى بأفكار وآراء السلف الصالح :

* قالت نسبة ٨٩.٥ % من القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية بالراديو والتليفزيون المصرى إنهم يهتمون بأفكار وآراء السلف الصالح عند تقديمهم هذه البرامج وهناك بعض الآراء التى تقول إن إهمال الماضى كله خطأ فادح والاعتماد عليه كلية خطأ فادح أيضاً .

١٣ - السلف الصالح الذين يهتم بفكرهم وآرائهم القائم بالاتصال فى البرامج الدينية بالإذاعة والتليفزيون المصرى :

* جاء الإمام الشافعى فى مقدمة أئمة السلف الصالح الذين يهتم بفكرهم وآرائهم القائمون بالاتصال فى الإذاعة والتليفزيون المصرى عند إعدادهم وتقديمهم البرامج الدينية يليه الإمام أبو حنيفة النعمان فالإمام مالك ثم الإمام محمد عبده والإمام أحمد ابن حنبل .

* ذكرت نسبة ٦.٢ % من القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية أنهم يستعينون فى هذه البرامج بأفكار وآراء آئمة آخرون مثل : ابو حامد الغزالى – الشيخ متولى الشعراوى – ابن تيميه – ابن حزم الأندلسى – ابن القيم الجوزية – ابن كثير – الشيخ محمد الغزالى – الأفغانى – الإمام محمد الشوكانى – الإمام محمد الليثى – الإمام النووى – الشيخ عبد الحليم محمود – القرطبي – ابن رشد .

١٤ - مدى اهتمام القائم بالاتصال فى البرامج الدينية بالإذاعة والتليفزيون المصرى بأفكار وآراء الدعاة والمفكرين الإسلاميين المعاصرين :

* تهتم نسبة ٨٥.٧ % من القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية بالإذاعة والتليفزيون المصرى بأفكار وآراء الدعاة والمفكرين الإسلاميين المعاصرين فى برامجهم حيث جاء الشيخ

محمد متولى الشعراوى فى مقدمة الدعاة والمفكرين الذين يهتم القائمون بالاتصال فى البرامج الدينية بفكرهم وآرائهم يليه الداعية محمد الغزالى ثم الدكتور يوسف القرضاوى والداعية عمرو خالد .

١٥ - مدى اهتمام القائم بالاتصال فى البرامج الدينية بالإذاعة والتليفزيون المصرى بالمدارس الفكرية الأجنبية :

* قالت نسبة ٧٤.٣ % من القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية بالإذاعة والتليفزيون المصرى (عينة الدراسة) إنهم لا يهتمون فى برامجهم بالمدارس الفكرية الأجنبية فى حين قالت نسبة ٢٥.٧ % إنهم يهتمون فى برامجهم بهذه المدارس ومن أصحابها فرويد وروسو وفولتير ثم مونتسيكيو .

١٦ – الصعوبات التى تواجه وتعرقل تجديد الخطاب الدينى كما يراها القائم بالاتصال فى البرامج الدينية بالإذاعة والتليفزيون المصرى :

* عدم التخصص فالمسئولون عن البرامج الدينية بالإذاعة والتليفزيون المصرى معظمهم غير متخصصين وفى حاجة الى تدريب كبير.

* عدم وجود حرية للتعبير حيث توجد الرقابة والحجر على رأى رجال الدين وعدم طرح كل القضايا التى تمس الجمهور فى حياته اليومية بشكل واسع .

* سيطرة الدعاة الحكوميين فى التليفزيون المصرى حيث يقدمون الآراء والفتاوى التى تخدم السياسة .

* عدم وجود ميزانية كافية للبرامج الدينية .

* الاقتصار والتركيز على مجموعة من الدعاة فى البرامج الدينية دون إتاحة المجال لآخرين قد يكون لديهم آراء وفكر متميز .

* عدم الفهم الصحيح للنصوص الدينية وعدم الفهم الصحيح لمعنى تجديد الخطاب الديني وتمسك بعض القائمين على الخطاب الديني بتفسيرات محدده .

* ضعف الإمكانيات الفنية اللازمة للبرامج الدينية مثل الجرافيك والديكور المناسب .

* نقص الثقافة الدينية فى معرفة الآخر ونقص الدعاة المتحدثين باللغات الأجنبية وندرة الدعاة المؤهلين لذلك وضعف الخريجين من شباب الدعوة .

* عدم الحديث عن القضايا المثارة بطريقة علمية صحيحة وعدم وجود برامج مؤهلة باللغات الأجنبية الحية .

* قلة وضيق المساحة المخصصة للبرامج الدينية من حيث الكم والمدة فى المحطات الإذاعية غير متخصصة دينيا ووجود ضوابط فى اختيار الأشخاص ومناقشة الموضوعات .

* عدم وجود مكتبة متخصصة وارتفاع أسعار الكتب الدينية مع عدم القدرة على ملاحقة الجديد فى العلم وربطه بالدين والتمسك بحرفية النصوص وليس بالروح العام لها .

١٧ – مقترحات القائم بالاتصال فى البرامج الدينية بالإذاعة والتليفزيون المصرى لتجديد وتطوير الخطاب الدينى :

* اختيار الشخصيات التى توجه الخطاب بدقة متناهية وباستطلاع الرأى لاختيارهم .

* أن يكون الخطاب الدينى معبرا عن الإسلام بحرية تامة ويوضح للغرب كيف يكون الإسلام وسماحته وسماحة رسوله .

* إعطاء الخطاب الديني الوقت الكاف والمناسب والتحدث بوضوح وبدون غموض حتى لا يحدث خلط فى الفهم .

* تأهيل مقدمى البرامج الدينية بشكل جيد ورفع الوصاية الحكومية من البرامج الدينية واستحداث أساليب وأدوات عصرية فى البرامج واستخدام متحدثين دينيين من دول أخرى شرقا وغربا لان الإسلام دين عالمى .

* وضع استراتيجية للإعلام الديني تتواكب مع العصر ودراسة فكر المجتمع الغربى ومعرفة كيف يفكر وتدريب كوادر إعلامية ودفع مرتبات مناسبة للإعلاميين .

* تقديم وجوه جديدة فى مجال الدعوة قادرة على جذب وشد الانتباه وتسهيل لغة الحوار وربط القضايا الدينية بقضايا الحياة واختيار العلماء والدعاة الذين يحظون بثقة الجمهور وقبولهم وإتاحة اكبر قدر من الحرية لمناقشة كافة القضايا المعاصرة .

* تنوع البرامج ما بين حوارية وتمثيلية وإعلانية وضرورة تناولها لمشكلات الحياة المعاصرة وكيفية تناول الدين لها مع توضيح أسلوب الترغيب والترهيب والإكثار من سير الصالحين . * تعاون وإسهامات رجال الأعمال المسلمين فى إنشاء قنوات متخصصة دينية تضافر كافة الجهود والمؤسسات فى إنجاز هذا العمل الضخم .

* تغيير السياسة الإعلامية وتغيير شامل فى جميع قطاعات الدولة وإعطاء الثقة لعلماء الدين خاصة لأصحاب الرأى المخالف ولمن لهم اتجاه سياسي وإبراز قيم الإسلام وتعاليمه التى تشتمل عليها مصادر الإسلام الأساسية التى قدمت الكثير من العطاء الحضارى .

* إنتاج خطاب ديني يستوعب المستجدات العلمية وقادر على إحداث تغيير فى المشاهد والمجتمع .

* برامج دينية لا توجه توجيها سياسيا ولا تخضع لرقابة واختيار ضيوف ليست لهم أهواء شخصية وضرورة تنوع أشكال البرامج الدينية ما بين مباشرة وحوارية ومؤتمرات وندوات مع السهولة والوضوح والصدق والواقعية فى التقديم وتجاوز أية صعوبات مالية أو سياسية .

مراجـع الدراسـة

(١) وزارة الأوقاف المصرية ، تجديد الخطاب الديني لماذا وكيف ؟ العدد ٨٤ ، ٢٠٠٢ ، ص٧ .

(٢) عبد القادر قلاتى ، الحداثة الإسلامية وتجديد الخطاب الديني ذاتيًّا ، http://www.apfw.org/indexarabic.asp?fname=news%5Carabic%5C12808.htm

(٣) القس اكرام لمعي ، عن.. تجديد الخطاب الديني.. وأسئلته.. وإجاباتها ' الأهرام بتاريخ ٨ مارس ٢٠٠٢ .

(٤) وزارة الأوقاف ، كتاب تجديد الخطاب الديني لماذا ، مرجع سابق ، ص٥ .

(٥) حيدر السلامى ، الخطاب الديني عبر الأثير ، http://www.alfayhaa.tv/main/showart.php?artID=1408&catID=2

(٦) القس اكرام لمعي ، مرجع سابق .

(٧) http://www.ahram.org.eg/acpss/ahram/2001/1/1/RARB63.HTM) ؛

(٨) سامى خشبة ، عن تجديد الخطاب الديني: علوم الدنيا المتغيرة وواجب عمارتها! ، جريدة الأهرام بتاريخ ٢٩ مارس ٢٠٠٢ .

(٩) محمود عكاشة ، خطاب السلطة الإعلامى ، الطبعة الأولى ، القاهرة ، الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعى ، ٢٠٠٥ ، ص١١ – ١٢ .

(١٠) احمد عبد الرحيم السايح ، الخطاب الديني والواقع المعاصر ، سلسلة قضايا إسلامية ، القاهرة ، وزارة الأوقاف ، المجلس الأعلى للشئون الإسلامية ، العدد ١٢٨ ، ٢٠٠٥ ، ص٩ – ١٠ .

(١١) عبد العليم محمد ، الخطاب الساداتى ، تحليل الحقل الأيديولوجي للخطاب الساداتي ، القاهرة ، كتاب الأهالي رقم ٢٧ ، ١٩٩٠ ، ص١٤ .

(١٢) محمود عكاشة ، مرجع سابق ، ص ١٢ .

(١٣) محمد عابد الجابرى ، الخطاب العربي المعاصر ، دراسة تحليلية نقدية ، بيروت ، دار الطليعة للطباعة والنشر ، ١٩٨٨ ، ص٢٠ .

(١٤) محمد شومان ، تحليل الخطاب الإعلامي ، أطر نظرية ونماذج تطبيقية ، الطبعة الأولى ، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ٢٠٠٧ ، ص٢٥ .

(١٥) جابر محمد عبد الموجود ، اتجاهات النخبة حول تجديد الخطاب الديني ، جامعة الأزهر ، مجلة البحوث الإعلامية ، العدد الثامن عشر ، أكتوبر ٢٠٠٢ ، ص٧٠ .

(١٦) عبد الحى الفرماوى ، تجديد الخطاب الدعوى .. بواعثه .. ضروراته .. محاذيره ، http://ramadan.mashy.com/articles/article.php?id=NTk

(١٧) سامى خشبة ،عن تجديد الخطاب الديني: عماره الأرض والمسؤوليه المدنية ، جريدة الأهرام بتاريخ ٢٢ مارس ٢٠٠٢ .

(١٨) سامى خشبة ، عن تجديد الخطاب الديني: علوم الدنيا المتغيرة وواجب عمارتها! ، جريدة الأهرام بتاريخ ٢٩ مارس ٢٠٠٢ .

(١٩) جابر عبد الموجود ، مرجع سابق ، ص٧٢ .

(٢٠) صالح السيد عراقى ، أساليب تطوير الخطاب الديني في القنوات الفضائية العربية ، http://www.egyptradio.tv/blank3.html .

(٢١) محمد عبد الفضيل القوصى ، الخطاب الديني.. محاذير ومنطلقات ، جريدة الأهرام بتاريخ ٢٥ يوليو ٢٠٠٣ .

(٢٢) احمد السايح ، مرجع سابق ، ص١١ – ١٤ .

(٢٣) احمد السايح ، مرجع سابق ، ص ٤١ .

(٢٤) القس إكرام لمعي ، مرجع سابق .

(٢٥) عبد الوهاب المسيرى ، معالم الخطاب الإسلامي الجديد http://www.islam-online.net/Arabic/contemporary/2002/03/article1.shtml

(٢٦) محمد حافظ دياب ، الإسلاميون المستقلون الهوية والسؤال ، القاهرة ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ٢٠٠٥ ، ص ص ٥٧ – ٧٦ .

(٢٧) عبد الوهاب المسيري ، مرجع سابق .

(٢٨) يوسف القرضاوى ، خصائص خطابنا الإسلامي فى عصر العولمة ، http://www.islamonline.net/Arabic/contemporary/2003/02/article01b.shtml

(٢٩) صالح السيد العراقى ، مرجع سابق .

(٣٠) القس إكرام لمعى ، مرجع سابق .

(٣١) جابر محمد عبد الموجود ، مرجع سابق .

(٣٢) صالح السيد العراقى ، مرجع سابق .

(٣٣) رباب رأفت الجمال ، دور الخطاب الديني بالصحف المصرية فى تلبية احتياجات الجمهور ، دراسة فى إطار نظرية التماس المعلومات ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، المؤتمر

العلمي السنوى الحادى عشر ، مستقبل وسائل الإعلام العربية ، الجزء الرابع ، من ٣ – ٥ مايو ٢٠٠٥ .

(٣٤) رباب رأفت الجمال ، العوامل المؤثرة فى تشكيل خطاب الصحافة العربية الدولية تجاه أحداث ١١ سبتمبر ٢٠٠١ وتداعياتها : دراسة تحليلية لجريدة الشرق الأوسط ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، المؤتمر العلمي السنوى الثامن بعنوان الإعلام وصورة العرب والمسلمين ، مايو ٢٠٠٢ .

(٣٥) عبد العزيز شادى ، الخطاب الديني والصراعات الدولية خبرة ما بعد الحادى عشر من سبتمبر ٢٠٠١ ، مجلة شؤون عربية ، الأمانة العامة لجامعة الدول العربية ، العدد ١٠٩ ، ٢٠٠٢ .

(٣٦) محمد احمد يونس ، الخطاب الديني فى الصحف المصرية خلال الفترة ما بين عامي ١٨٨٣ – ١٩١٤ ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٠ .

(٣٧) محمد احمد يونس ، الصفحة الدينية فى الصحف المصرية خلال الفترة من ١٩٨٤ – ١٩٨٩ ، رسالة ماجستير ، غير منشورة ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، ١٩٩٤.

(٣٨) احمد حمد أحمد ، الخطاب الالهى وكيف تلقته أفهام المخاطبين ، المجلة العربية للعلوم الإنسانية ، جامعة الكويت ، العدد ٥٧ ، ١٩٩٧ .

(٣٩) سهام نصار ، الخطاب الصحفى حول حوار الحضارات فى الطبعة الإلكترونية لصحيفتى الأهرام والشرق الأوسط عام ٢٠٠١ ،جامعة الأزهر ، مجلة البحوث الإعلامية ، العدد التاسع عشر ، يناير ٢٠٠٣ .

(٤٠) عايدة السخاوى ، دلالات الخطاب الإعلامي الصحفي للمرأة المصرية ، دراسة نقدية ، جامعة الزقازيق ، فرع بنها ، كلية الآداب ، المؤتمر العلمي السنوي ، تفعيل دور المرأة المصرية فى التنمية الثقافية ، ١٧ – ١٩ مارس ٢٠٠١ .

(٤١) إيمان نعمان جمعة ، أثر الخطاب الصحفى الأمريكي على تناول الصحافة المصرية لقضايا الهوية القومية ، دراسة تطبيقية على مشروع الشرق الأوسط الكبير ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، المؤتمر العلمي السنوى العاشر ، الإعلام المعاصر والهوية العربية ، الجزء الأول ، ٤ – ٦ مايو ٢٠٠٤ .

(٤٢) سحر فاروق الصادق ، صورة الغرب فى الصحافة المصرية دراسة تحليلية للخطاب الإعلامي قبل وبعد أحداث ١١ سبتمبر فى صحف الأهرام والأهالى والأسبوع ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، المؤتمر العلمى الثامن بعنوان الإعلام وصورة العرب والمسلمين، مايو ٢٠٠٢ .

(٤٣) ماهيناز رمزى محسن ، عن عناصر تشكيل سمات هوية الذات والآخر فى الخطاب التليفزيونى ، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، المجلد الخامس ، العدد الأول ، يناير / يونيه ٢٠٠٤ .

(٤٤) غازى بن زين الدين عوض الله ، الخطاب الإعلامي العربي مادته وأشكاله وقضاياه وتقنياته ، القاهرة ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ٢٠٠٢ .

(٤٥) جابر عبد الموجود ، مرجع سابق ، ص ٦١ .

(٤٦) جابر عبد الموجود ، مرجع سابق ، ص ٦٣ .

(٤٧) صالح السيد العراقى ، مرجع سابق .

(٤٨) سمير محمد حسين ، بحوث الإعلام الأسس والمبادئ ، القاهرة ، عالم الكتب ، ١٩٧٦ ، ص١٢٧ .

(٤٩) السادة المحكمون هم حسب الترتيب الأبجدى :

* ا . د أحمد محمد على أستاذ الصحافة بقسم الإعلام والصحافة جامعة الأزهر .

* أ . احمد سمير عبد الغنى مدرس مساعد بقسم الإعلام جامعة الأزهر.

* أ . د جابر عبد الموجود أستاذ الإعلام المساعد بجامعة الأزهر .

* أ . د سعد الحلوانى أستاذ التاريخ الحديث والمعاصر بجامعة الأزهر .

* أ . د شعيب غباشي أستاذ الصحافة بقسم الإعلام بجامعة الأزهر .

* أ . د عاطف عدلى العبد مدير مركز البحوث والرأى العام بكلية الإعلام جامعة القاهرة .

* أ . د محمد عبد العظيم أستاذ العلاقات العامة بقسم الإعلام بجامعة الأزهر .

*أ . د محمد طه أستاذ الصحافة بقسم الإعلام بجامعة الأزهر .

(٥٠) حصل الباحث على موافقة الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء بقرار رقم (١١٨٥) لسنة ٢٠٠٥ .

(٥١) محمد عبد الحميد ، دراسة الجمهور فى بحوث الإعلام ، القاهرة ، عالم الكتب ، ١٩٩٣ ، ص١٣٧ .

(٥٢) جابر عبد الموجود ، مرجع سابق ، ص٧٦ .

(٥٣) حيدر السلامى ، مرجع سابق .

(٥٤) حيدر السلامى ، مرجع سابق .

(٥٥) حيدر سامى ، مرجع سابق .

(٥٦) جابر عبد الموجود ، مرجع سابق ، ص ١٠٧ .

(٥٧) محمود حمدى زقزوق ، كتاب تجديد الخطاب الديني لماذا وكيف ؟ ، ص٥ .

(٥٨) محمود حمدى زقزوق ، مرجع سابق ، ص٥ .